

信用等级公告

联合[2014] 1641 号

联合资信评估有限公司通过对洛娃科技实业集团有限公司信用状况进行综合分析和评估，确定

洛娃科技实业集团有限公司

主体长期信用等级为

AA⁻

特此公告。

联合资信评估有限公司
评级业务专用章
二零一四年八月二十七日

洛娃科技实业集团有限公司

主体长期信用评级报告

评级结果:

主体长期信用等级: AA⁻

评级展望: 稳定

评级时间: 2014 年 8 月 27 日

财务数据

项目	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年 6 月
资产总额(亿元)	81.72	92.32	100.12	104.40
所有者权益(亿元)	58.64	65.79	68.59	72.07
长期债务(亿元)	3.48	2.58	1.68	1.38
全部债务(亿元)	20.70	24.32	25.12	29.49
营业收入(亿元)	32.77	36.11	48.60	27.28
利润总额(亿元)	13.15	7.87	5.93	4.02
EBITDA(亿元)	14.96	10.43	9.44	--
营业利润率(%)	23.61	26.00	19.93	21.67
净资产收益率(%)	21.64	10.87	7.22	--
资产负债率(%)	28.24	28.73	31.49	30.97
全部债务资本化比率(%)	26.09	26.99	26.80	29.04
流动比率(%)	130.86	138.08	139.85	149.99
全部债务/EBITDA(倍)	1.38	2.33	2.66	--
EBITDA 利息倍数(倍)	15.55	7.38	6.31	--

注: 2014 年上半年财务数据未经审计。2014 年 6 月底计入其他流动负债的短期融资券已计入短期债务。

分析师

王丽娟 贺苏凝

lianhe@lhratings.com

电话: 010-85679696

传真: 010-85679228

地址: 北京市朝阳区建国门外大街 2 号
中国人保财险大厦 17 层 (100022)

Http: //www.lhratings.com

评级观点

联合资信评估有限公司(以下简称“联合资信”)对洛娃科技实业集团有限公司(以下简称“公司”)的评级反映了公司作为一家集日化、乳业、旅游地产三大产业于一体的多元化企业集团,乳业板块已形成完整产业链,具备一定奶源优势,奶牛储备质量不断提升,日化板块技术水平较高、具有一定的知名度、新开发的农村批发市场逐步贡献收入;近年来,公司营业收入稳定增长,主业盈利能力较强,有息债务负担较轻。同时,联合资信也关注到,受市场开发投入和原料价格波动影响,公司综合毛利率出现波动、应收账款规模较大、公允价值变动收益大幅回落对利润总额形成影响等因素对公司经营及信用水平带来的不利影响。

随着国民收入和生活水平的提高,中国城市化进程的加快和农村清洁卫生状况的改善带来的消费需求提升,国内对乳制品和洗涤用品需求将不断增长。未来随着公司各业务板块经营规模的扩大和日化销售渠道的进一步开拓,公司竞争实力有望得以进一步提升。联合资信对公司评级展望为稳定。

优势

1. 公司乳业板块产业链完整,拥有一定奶源优势,随着呼伦贝尔万头奶牛项目完工,奶牛资产质量不断提升。
2. 公司日化板块研发创新能力较强,技术设备先进,产品具有一定的知名度,新开发的农村批发市场逐步贡献收入。
3. 公司有息债务负担较轻,财务弹性较好。
4. 公司主营业务盈利能力较强,旅游地产业务为公司利润形成良好补充。

关注

1. 国内奶源紧张态势延续，生鲜乳价格呈现波动，与终端产品价格走势存在时差，对乳业板块盈利稳定性形成压力。
2. 公司流动资产中应收账款和存货所占比重较高，资产流动性有待提升。
3. 公司负债以流动负债为主，债务结构有待改善。
4. 公司公允价值变动收益大幅回落，对利润总额形成一定影响。

信用评级报告声明

一、除因本次评级事项联合资信评估有限公司（联合资信）与洛娃科技实业集团有限公司构成委托关系外，联合资信、评级人员与洛娃科技实业集团有限公司不存在任何影响评级行为独立、客观、公正的关联关系。

二、联合资信与评级人员履行了实地调查和诚信义务，有充分理由保证所出具的评级报告遵循了真实、客观、公正的原则。

三、本信用评级报告的评级结论是联合资信依据合理的内部信用评级标准和程序做出的独立判断，未因洛娃科技实业集团有限公司和其他任何组织或个人的不当影响改变评级意见。

四、本信用评级报告用于相关决策参考，并非是某种决策的结论、建议等。

五、本信用评级报告中引用的企业相关资料主要由洛娃科技实业集团有限公司提供，联合资信不保证引用资料的真实性及完整性。

六、洛娃科技实业集团有限公司主体长期信用等级自 2014 年 8 月 27 日至 2015 年 8 月 26 日有效；根据跟踪评级的结论，在有效期内信用等级有可能发生变化。

一、主体概况

洛娃科技实业集团有限公司(以下简称“公司”),系经北京市工商局批准,于1995年9月设立的有限责任公司,前身为北京洛娃新型化工材料技术开发有限责任公司。经过多次增资,截至2014年6月底,公司注册资本为6000万元。公司股东持股情况为:胡克勤持股84.17%,胡玉朋持股5.83%,李桂玲和董雪梅各持股5.00%。公司实际控制人为胡克勤。

公司主要经营范围:销售酒;生产化工材料、日用化学制品;普通货运;货物专用运输(冷藏保鲜)。公司是一家以日化和乳业为主要产业的企业集团。

截至2013年底,公司合并范围包括13家全资及控股子公司(见附件1-2);2014年6月底,公司将其中三家子公司的股权转让,合并范围内共有10家全资及控股子公司。公司董事会下设财务中心、人力资源部、企管中心、办公室、投资部、法务部、宣传部和信息部。

截至2013年底,公司(合并)资产总额为100.12亿元,所有者权益合计68.59亿元。2013年公司实现营业收入48.60亿元,利润总额5.93亿元。

截至2014年6月底,公司(合并)资产总额为104.40亿元,所有者权益合计为72.07亿元。2014年上半年,公司实现营业收入27.28亿元,利润总额4.02亿元。

公司注册地址:北京市朝阳区望京利泽中园二区203号;法定代表人:胡克勤。

二、宏观经济和政策环境

1. 宏观经济

2013年以来,中国宏观经济整体运行平稳,新一届政府注重经济增长的质量和效益,不断推动经济结构转型升级;中共十八届三中全会召开为中国经济持续健康发展产生积极影响;从短期看,全面深化改革的各项细则落实过程

中,经济仍将呈小幅波动调整态势。据初步核算,2013年中国实现国内生产总值568845亿元,同比增长7.7%。

2013年,中国规模以上工业增加值同比增长9.7%;同期,规模以上工业企业(年主营业务收入在2000万以上的企业,下同)实现利润总额62831亿元,同比增长12.20%。

从拉动经济增长的三驾马车表现看,消费、投资两大需求继续保持增长态势,对外贸易增速减缓。具体而言:消费需求增长平稳。2013年社会消费品零售总额为237810亿元,同比名义增长13.1%;投资保持较快增长,第三产业投资增速加快。2013年固定资产投资(不含农户)436528亿元,同比增长19.6%;三次产业投资同比分别增长32.5%、17.4%、21.0%;对外贸易增速进一步下滑。2013年,中国进出口总额为41600亿美元,同比增长7.6%;其中出口金额增长7.9%,进口金额增长7.3%,贸易顺差2592亿美元。

2. 政策环境

财政政策方面,继续实施积极的财政政策,结合税制改革完善结构性减税政策,促进经济结构调整;适当增加财政赤字和国债规模,保持必要的支出力度;进一步优化财政支出结构,保障和改善民生。2013年,中国财政累计收入129143亿元,同比增长10.1%,各项民生政策得到较好落实,医疗卫生、社会保障和就业、城乡社区事务等方面支出均实现两位数增长。结构性减税方面,8月1日起,在全国范围内开展交通运输业和部分现代服务业营业税改征增值税试点,并择机将铁路运输和邮电通信等行业纳入“营改增”试点。基础设施建设方面,中央财政不断加大投资建设力度,7月31日召开的国务院常务会议,研究推进政府向社会力量购买公共服务,部署重点加强城市基础设施建设。

货币政策方面,央行继续实施稳健的货币政策,根据国际资本流动不确定性增加、货币信贷扩张压力较大等形势变化进行预调微调;

灵活开展公开市场操作，开展常备借贷便利操作，促进银行体系流动性总体平衡；发挥差别准备金动态调整工具的逆周期调节作用，引导货币信贷平稳适度增长，增强金融机构抗风险能力；进一步推进利率市场化改革。10月25日，贷款基准利率集中报价和发布机制正式运行，实现科学合理定价并为金融机构信贷产品市场化定价提供参考。截至2013年底，M2存量达110.7万亿，同比增长13.6%。从社会融资规模看，2013年全社会融资规模为17.3万亿，比上年同期多1.5万亿；其中人民币贷款12.97万亿，增加2.54万亿；全年上市公司通过境内市场累计筹资6885亿元，比上年增加1044亿元。其中，A股再筹资（包括配股、公开增发、非公开增发、认股权证）2803亿元，增加710亿元；上市公司通过发行可转债、可分离债、公司债筹资4082亿元，增加1369亿元。2013年发行公司信用类债券3.67万亿元，比上年减少667亿元。

人民币汇率方面，截至2013年底，人民币兑美元汇率中间价为6.0969元，比上年末升值3.1%；人民币汇率双向浮动特征明显，汇率弹性明显增强，人民币汇率预期总体平稳。市场流动性方面，2013年以来央行始终维持资金中性偏紧的状态，近期中长期国债收益率攀升、回购利率持续高企，资金面紧张格局愈发明显。

产业政策方面，继续加快结构调整和转型升级，继续严格控制“两高”和产能过剩行业盲目扩张，加快推进产业转型升级，推进产能过剩行业兼并重组、扶优汰劣。房地产方面，房地产调控政策进一步趋紧，2月26日，国务院办公厅发布房地产市场调控政策“国五条”；从房地产市场运行看，行业投资回暖、城市住宅市场成交量回升、重点城市房价上涨和土地市场量价齐升等情况同时出现，其中第三季度一线城市房价上涨较快、地王频现，房地产调控政策面临较大挑战。城镇化建设方面，6月26日，国务院常务会议研究部署加快棚户区改造，会议决定未来5年将改造城市和国有工矿、林区、垦区的各类棚户区1000万户；8月22日，发

改委下发了发改办财金【2013】2050号文，明确支持棚改企业申请发行企业债券，并按照“加快和简化审核类”债券审核程序，优先办理核准手续，加快审批速度。10月15日，国务院发布《关于化解产能严重过剩矛盾的指导意见》，明确指出钢铁、水泥、电解铝、平板玻璃、船舶等行业产能严重过剩，将通过坚决遏制产能盲目扩张、清理整顿建成违规产能、淘汰和退出落后产能等方式，争取通过五年时间实现产能规模基本合理、发展质量明显改善、长效机制初步建立的目标。

2013年11月召开的中共十八届三中全会（以下简称“全会”），审议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，内容涵盖15个领域、60项具体任务，改革总体目标清晰；其中经济体制改革方面，市场在资源配置中的作用由“基础”调整为“决定”，更加明确深化改革的发展方向，将进一步激发市场经济的活力。全会提出建立现代财政制度、改进预算管理制度、完善税收制度，预期新一轮财税体制改革将全面展开。全会提出建立城乡统一的建设用地市场，预期将对土地供需市场产生重大影响。同时全会提出加快房地产税立法并适时推进改革，房地产调控思路的转变预期将对房地产市场发展产生根本性改变。全会提出完善金融市场体系，预期汇率和利率市场化改革、资本市场体系建设以及金融监管等方面的金融业改革措施将逐步展开。

总体来看，2013年以来中国继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策；通过公共开支逐步向有利于公共服务均等化和居民收入增长的领域倾斜，扩大“营改增”试点范围，继续推进基础设施建设等积极的财政政策实施，并搭配稳健的货币政策以实现预期政策效果。产业政策方面，房地产政策调控仍面临较大挑战，城镇化建设将继续保持快速发展，化解产能严重过剩矛盾将是未来一段时期产业结构调整的工作重点。中共十八届三中全会提出的全面深化改革总体目标，将有利于推动经济持续健康

稳定发展。

三、行业分析

公司是一家集日化、乳业、旅游地产三大产业于一体的多元化企业集团，2013年日化板块和乳业板块收入占公司营业收入的28.85%和68.74%，日化行业和乳制品行业发展对公司日常经营产生重要影响。

乳业板块

1. 行业概况

在2008年之前的10年中，国内乳品行业处于高速发展时期，生鲜奶产量年平均增长17.4%。而自2008年发生三聚氰胺事件后，中国奶业发展速度明显放缓，行业增速明显回落，2009年因婴幼儿奶粉事件的影响产量出现1%的下跌，之后连续三年（2010-2012年）进入缓慢增长期（产量增速分别为1.5%、2.2%和2.3%）。2013年，受养殖成本增加、牛肉价格高涨、产业结构调整、奶牛疾病疫病等多因素的影响，部分养殖散户退出，规模化养殖场产能释放尚需时日、不能及时填补散户推出的缺口，奶牛存栏量下降，牛奶产量再次步入负增长：据国家统计局数据，国内牛奶产量3531万吨，同比下跌5.7%，创近年来最大降幅。

经过几年中国乳品行业的整顿和振兴，中国乳品行业稳步增长。乳制品企业方面，根据国家统计局快报数据，2013年底，中国658家规模以上乳制品企业，实现主营业务收入2831.6亿元，同比增长14.16%，乳制品产量2698.0万吨，同比增长5.15%；391家液体乳生产企业液体乳产量2336.0万吨，同比增长7.01%；210家乳粉生产企业乳粉产量158.9万吨，同比增长6.84%。产量增长的同时，库存产成品大幅度下降，截至2013年底，乳制品行业库存产成品总值为63.8亿元，同比减少7.47%，库存总值仅占乳制品总产量的2.3%，市场呈现出良好的需求态势。但另一方面，2013年，乳制品行业利润

总额同比增长3.76%，明显低于营业收入增幅，经营效益未实现同步增长，主要由于以生鲜乳为主的原辅材料成本的上升抵消了销售增长带来的效益。随着中国生鲜乳收购价逐步走高，国内乳制品企业的生产经营压力加大。

近年来，中国乳制品进口维持高速增长，出口基本无增长。一方面，国内奶源持续紧张、原奶价格上涨，进口奶源具有一定价格优势；另一方面，国内消费者由于乳品安全事件的发生，对国产乳品信心的完全恢复仍需时日，对进口产品仍有惯性依赖。

2013年，中国共计进口乳制品182.7万吨、货值71.74亿美元，分别同比增长36.24%和52.91%，进口乳制品货值已占到国内乳制品销售收入的15.6%。其中：乳粉进口85.4万吨，同比增长49.08%，其中从新西兰进口奶粉占进口总量的80.35%；乳清粉进口43.4万吨，同比增长14.72%；乳糖进口8.35万吨，同比增长4.67%；婴幼儿乳粉进口12.3万吨，同比增长34.23%；特别值得重视的是，液体乳进口18.5万吨，同比增长96.80%。同期，中国乳制品出口3.9万吨、货值0.81亿美元，同比分别下降21.89%和27.62%。进口乳品对国内生产和市场消费的参与度进一步加深，并已进入液态奶市场，对国内乳企在液态奶市场始终维持的高占有率产生了潜在的危险。

以进口比重最大的乳粉为例，由于目前欧盟和美国的供应量很难满足中国市场的供需缺口及需求增长，中国的进口乳粉主要来自新西兰，导致新西兰乳粉价格的波动与中国需求增长紧密相关、在乳粉价格的制定上具有一定话语权，2013年新西兰发生干旱也是造成中国乳品价格上涨的重要因素之一。

短期看，欧盟农业政策实施配额制（2015年3月底之前逐步取消）、产量增长缓慢，美国牛奶产量主要供应当地市场，中国市场对新西兰乳品进口的依赖性将不会发生明显改变，对国内的乳品企业造成冲击。

2. 上游行业

原奶价格决定了乳制品加工企业的生产成本以及产品品质，在企业掌控下的原奶资源以及分布地域将影响企业的产品供给和发展速度，同时原奶的品质安全和可控性是乳制品加工企业管控食品质量的关键所在。2008年以前是乳业产销量高速成长的阶段，而由于奶牛养殖业发展无法跟上乳制品加工企业发展步伐，产业链上下游的发展速度和利益分配不匹配，隐藏的风险在2008年以“三聚氰胺”事件的形式爆发，给乳制品行业带来沉重打击。现阶段，奶牛养殖业将逐步由散养向规模化、集约化的养殖模式转型。

中国乳制品生产企业大多采用“基地+奶农”的经营方式，2008年之前大部分原奶向奶农采购。2008年“三聚氰胺事件”曝光后，国内乳制品企业进一步规范了原、辅料的采购秩序，各主要乳制品企业也加大了上游产业链的建设和管理力度，拥有牧场资源的乳制品企业具有较明显的经营优势。随着上述事件影响的消除，近几年全国乳制品产量稳定增长。

表1 中国奶业基本情况（万头、万吨）

项目	2008	2009	2010	2011	2012	2013
奶牛存栏量	1233	1260	1420	1440	1440	--
奶类产量	3781	3735	3740	3827	--	--
牛奶产量	3556	3521	3570	3656	3744	3531
乳制品产量	1811	1935	2160	2388	2545	2698
饲料生产量	11142	13530	17444	19080	--	19100

资料来源：中国奶业统计摘要

注：《2013年中国奶业发展概况及展望》中提到2013年中国奶牛存栏量预计下降10%左右

近年来，中国奶牛养殖产业步入产业结构调整期，向规模化养殖转型。根据国家统计局初步统计，2013年，受散户退出和牛肉价格上涨的影响，中国奶牛存栏量和牛奶产量均出现不同程度的下降，全国牛奶产量3531万吨，较2012年下降212万吨，下降5.7%，奶牛存栏量预计下降10%左右，是近10年来中国牛奶产量和奶牛数量的最大降幅。

根据农业部畜牧业司对全国197个奶牛养殖村的定点监测数据，2013年10月末，奶牛养殖户比例为14.82%，同比下降3.14个百分点；固定监测村共存栏奶牛14.29万头，同比减少10.63%；定点监测村成母牛存栏8.46万头，同比减少9.24%。根据农业部数据，2012年中国存栏100头以上的奶牛场和养殖小区的比例已经占到总存栏量的35%，2013年上半年这一数据已经达到37%，2013年全年中国规模化牧场和养殖小区的比例有望接近40%。

从长远来看，这种奶牛养殖结构调整所带来的散户大量退出、奶牛存栏下降并不是一件坏事，奶牛存栏量下降，淘汰了单产水平低、体弱多病牛，牛群结构得到优化，养殖方式更加合理集中，奶牛的单产水平和养殖效益会进一步升高。

3. 行业竞争

公司生产的乳制品为工业奶粉，指用于食品工业的奶粉，主要供乳品企业进行再加工或生产使用的，如乳饮料、酸奶、酸奶饮料、饼干、糖果、巧克力、冰品等都需要添加食品工业用全脂奶粉。

在中国，通常奶粉按不同用途被业内分为两大类，一类是小包奶粉，直接面对终端市场；另一类是工业奶粉，也被称为大包奶粉。工业奶粉是与终端零售市场上的小包奶粉相对而言的。由于工业奶粉通常作为乳制品（如配方奶粉、还原牛奶、酸奶、冰淇淋等）和含乳食品（如面包、蛋糕、饼干、牛奶巧克力、含乳饮料等）的重要配料，在深加工程度及科技含量、包装形式、包装材料等方面要求要低于零售终端市场的小包装奶粉。

国内乳品企业主要的竞争对手来自新西兰，2008年10月1日起，中国与新西兰的自由贸易协定生效，关税逐步降低至完全取消。新西兰已成为中国的天然牧场，占中国奶粉进口量的80%，占总消费量的25%左右。2009年以来，新西兰进口乳制品迅速增长，2013年中国乳粉

进口85.4万吨，其中从新西兰进口奶粉占进口总量的80.35%。这对中国奶粉市场产生重大影响，对国产奶粉市场造成冲击。

但由于新西兰奶粉在海外生产的原因，国产奶粉在服务上会相对有优势。奶粉市场一直以来都是按质论价、等级分明，大公司奶源和服务水平较好，价格也较高，奶粉利润率也相应较高，并且地域性比较强，各地奶粉的价格差异较大，而不同用户对指标的要求也不尽相同，出于对口感风味的连续性要求，一般不会更换原料产地，一般不存在出现竞争对手就大幅降价的情况，最终售价取决于奶源地的鲜奶价格和公司品牌优势。随着国家对乳制品行业的整合，小的不能达标的乳品厂将关停，国内未来的奶粉市场还将处于供小于求的状态，未来的竞争主要体现在各奶粉提供商的质量上。

由于公司产品为用于乳饮料、冷饮、焙烤、糖果等行业的工业奶粉，下游市场规模较大，公司作为集饲草饲料种植加工、奶牛养殖繁育、畜牧业服务、技术研发、乳品加工于一体的大型企业，相比中小企业具有明显的竞争优势。

4. 行业政策

2008年“三聚氰胺事件”曝光后，国家加大了奶业安全监管力度和扶持政策力度，相关部门出台了一系列产业政策指导、规范、推动乳制品工业的健康发展，包括《乳制品加工业产业政策》、《乳品质量监督管理条例（草案）》、《乳制品加工行业准入条件》、《乳制品工业产业政策（2009年修订）》、《企业生产婴幼儿配方乳粉许可条件审查细则（2010版）》、《企业生产乳制品许可条件审查细则（2010版）》、《生鲜乳生产收购记录和进货查验制度》、《关于进一步加强婴幼儿配方奶粉安全生产的实施意见》等文件。

2013年，婴幼儿配方奶粉质量安全引起中央高度重视，5月底，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，研究部署进一步加强婴幼儿奶粉质量安全工作，并提出五条具体监管措

施。为贯彻落实国务院常务会议精神，食品药品监管总局、工业和信息化部、公安部、农业部、商务部、卫生计生委、海关总署、工商总局、质检总局等九部委于6月联合发布《关于进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作的意见》，要求婴幼儿配方乳粉生产企业须具备自建自控奶源，对原料乳粉和乳清粉等实施批批检验，确保原料乳（粉）质量合格，严格执行原辅料进货查验、生产过程控制、产品出厂全项目批批检验、销售记录和问题产品召回等制度，建立完善电子信息记录系统等措施。

2013年，中国对奶业扶持政策力度继续加大，根据国家奶牛产业技术体系发布的《2013年中国奶业发展概况及展望》，扶持政策主要体现在四个方面：其一，推进标准化规模养殖，加大投资用于奶牛养殖场区标准化改扩建和标准化示范场建设，已改造了3000多个奶牛场；其二，继续落实良种补贴政策，中央财政投入2.6亿元用于奶牛良种冻精补贴，荷斯坦奶牛牛实现全覆盖；其三，继续开展奶牛生产性能测定，中央财政投入2000万元用于奶牛生产性能测定工作；其四，继续实施“振兴奶业苜蓿发展行动”，中央财政投入5.25亿多元用于推动苜蓿产业发展。

5. 行业关注

奶源紧张、奶价高成为行业面临突出矛盾

奶源紧张、奶价高是行业面临的突出矛盾。影响中国生鲜乳价格的主要因素是进口奶源价格、国内饲料成本等。

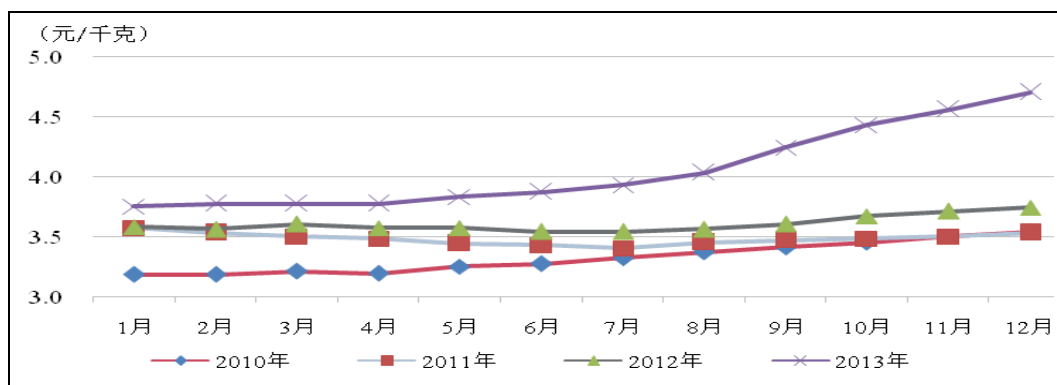
近十几年来，中国奶源增长一直维持在15%以上，但自2008年始，增长率一直维持在2%左右。2008年为4.08%，2009年-2.74%，2010年1.91%，2011年为1.67%，2012年为2.3%。2012年主要生产区的一些地方奶牛饲养量在大幅减少，奶源紧张、抢奶现象又在上演。2013年，国内奶牛存栏量下降、奶源紧张，加之新西兰、欧盟等主产区原料粉减产，导致国内生鲜乳收购价格大幅上涨。2013年，国内生鲜乳平均收

购价为3.62元/公斤，较2012年的3.29元/公斤上涨了10%；从月度运行来看，原料奶收购价进入2013年持续上扬，从2013年1月的3.40元/公斤上涨至12月的4.12元/公斤，涨幅达21.2%，是2005年以来的高点。

据农业部定点监测的内蒙、河北等十个牛奶主产区生鲜乳平均价格，2013年11月为4.03

元/千克，2014年1月份4.26/千克，同比上涨24.9%；而2013年11月，欧盟28国加权平均奶价折合人民币为3.35元/千克；德国、法国、英国、荷兰、波兰五国加权平均价折人民币3.33元/千克，均低于国内水平。中国已进入世界高奶价行列。奶价高会加大乳制品加工企业的成本控制压力。

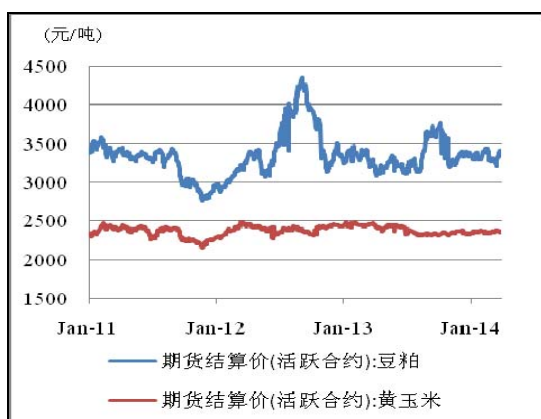
图1 2010年以来中国规模化牧场生鲜乳价格变化情况（国家奶牛产业技术体系辐射牧场）



资料来源：国家奶牛产业技术体系

饲料成本占养殖总成本比重较高，约占70%左右。精饲料包括玉米、大豆、棉籽等，青粗饲料包括玉米青贮、苜蓿等。因此生鲜乳价格与玉米、豆粕、青贮等饲料价格密切相关。

图2 2011年以来豆粕和黄玉米期货结算价



数据来源：wind 资讯

根据农业部监测数据显示，2013年，玉米和进口苜蓿平均价格变化不大，只有豆粕平均价格增长了11.05%，但豆粕在奶牛饲料中使用数量并不多，对饲料价格影响较小，所占总成本70%以上的饲料成本增长有限，虽然人力成本提升，但综合成本增速仍低于生鲜乳价格增

速。同时，由于国内肉牛数量不足，淘汰成母牛和公犊牛的价格也随之上升，奶牛养殖业效益相比往年大幅提升。

质量安全事故引发公众信任危机

2008年3月，南京婴幼儿泌尿结石样本送检，三鹿问题奶粉事件进入公众视线，河北省出入境检验检疫局检验检疫技术中心在三鹿集团所产16批次婴幼儿奶粉中的15个批次检出三聚氰胺；同年9月，国家质检总局公布了检出三聚氰胺的22家乳企，其中蒙牛、伊利、雅士利等多家厂家均在名单，国家质检总局发布公告废止《产品免于质量监督检查管理办法》；同年10月，温家宝签署国务院令，公布了《乳品质量监督管理条例》。面对国内乳制品质量的负面新闻，消费者对国产乳制品的表现缺乏信心，转而依赖于进口乳制品。

2013年1月，新西兰第一产业部官员证实，在新西兰出产的小部分牛奶和奶粉中（主要涉及恒天然的产品）检测出双氰胺（DCD）化学残留物；同年8月，恒天然集团举行新闻发布会，新西兰初级产业部发表声明，集团旗下部分产

品可能含有肉毒杆菌毒素，可能受污染的产品被用于婴儿配方奶粉和运动饮料的生产，受影响国家包括澳大利亚、中国等6个国家。

乳制品问题的反复，使消费者对乳制品的质量表现缺乏信心，乳制品行业准入标准以及生产许可标准有待进一步提高，大部制改革汇总对于食品安全监管机制及职责也将进一步整合和调整。

关税下调将对本土乳品行业产生重大冲击

关税下调将促使更多洋乳品涌入中国，或对国产奶粉市场乃至本土养殖业产生冲击。根据中国与新西兰自由贸易协定，自2012年1月1日起，新西兰向中国出口的乳制品关税将继续降低。进口乳制品的关税下调将进一步降低进口奶粉、奶源的成本，促使中国的蛋糕、糖果、饮料行业乃至乳品企业大量使用进口奶粉，从而淡化奶牛养殖的动力。一旦形成恶性循环，将对国产奶粉市场乃至本土养殖业产生较大冲击，中国乳业的生存空间也将进一步被挤压。

6. 未来发展

食品工业“十二五”发展规划中提出，加快乳制品工业结构调整，积极引导企业通过跨地区兼并、重组，淘汰落后生产能力，培育技术先进、具有国际竞争力的大型企业集团，改变乳制品工业企业布局不合理、重复建设严重的局面，推动乳制品工业结构升级。

按照乳制品加工企业选址与奶源基地相衔接、企业规模与乳品生产能力相匹配、产业布局与需求市场相符合的原则，调整优化乳制品工业布局，发挥传统奶源地区的资源优势，加快淘汰规模小、技术落后的乳制品加工产能，推动形成特色鲜明、布局合理、协调发展的乳制品工业新格局。

农村已基本具备乳制品消费快速发展的经济基础和市场空间，目前农村居民人均乳及乳制品消费仍处于较低水平，农村市场未来有望成长为与城镇市场发展并肩的增长点。

“十二五”规划计划到2015年，原料乳产

量达到5000万吨，增长33.4%；乳制品产量达到2700万吨，增长15%。通过兼并、重组，培育形成一批年销售收入超过20亿元的骨干企业。乳制品加工能力闲置率控制在25%以内。

综上所述，在奶业政策的大力扶持下，规模化养殖场产能逐步释放，国内生鲜乳供给偏紧的情况有望得到缓解，但随着城镇化进程的加快以及居民消费水平的提高，乳品消费的刚性需求仍将持续增长，奶源供需的矛盾和对进口奶源的依赖性仍然存在。受益于奶牛养殖效益转好，更多资本有望投资于规模化牧场建设，对奶牛养殖业的规模化转型起到促进。在国家严格的安全监管制度之下，奶业的安全性有望稳步提高，消费信心逐步建立。

日化板块

1. 行业概况

洗涤用品行业主要包括合成洗涤剂和肥（香）皂两大类；还包括合成洗涤剂的主要原料与助剂，如：烷基苯、脂肪醇、表面活性剂、三聚磷酸钠、4A沸石、羧甲基纤维素、洗涤剂用酶制剂、增白剂、香精等，肥（香）皂的联产品甘油、硬脂酸、硬化油等，以及洗涤用品行业专用设备、包装材料等。

近年来，随着洗涤剂的发展更趋于注重洗涤护理效果、安全便捷、环保节约、包装简约和个性化需求等方面，合成洗涤剂已经替代传统的肥（香）皂，而成为洗涤用品行业产量最大、最主流的产品。合成洗涤剂是由石油化工原料合成的合成表面活性剂（如烷基苯磺酸钠、脂肪醇硫酸钠）和各种助剂（如三聚磷酸钠）、辅助剂配制而成的一种洗涤用品，属于石油化工产业链下的工业产品。

2. 世界洗涤用品行业现状

全世界洗涤用品工业生产自二战后至今已逐步形成了一个较完整的工业体系，由于科学技术进步和石油、化学工业高速发展以及人们对洗涤用品的迫切需要，全世界洗涤用品生产

得以迅猛发展。世界洗涤用品总量1970年为1637.7万吨，1995年为4300万吨（其中肥皂约900万吨），按58亿人计，世界年人均消费量约7.9公斤，70至80年代期间增长最快，90年代以来发达国家市场增势趋于平稳，但发展中国家如亚太和拉美地区发展处于高速增长，因上述地区由于近年来人口增长较快、生活水平相对发达国家较低而存在着庞大的潜在市场。

随着市场需求的逐年上涨，由于工业发展给环境和能源带来的压力以及消费者对产品洗涤护理效果、安全环保等需求提升，洗涤用品的主流产品也发生了相应的改变。目前，美国、日本均以浓缩化、液体化产品为主，欧盟也正在积极推进洗衣粉的浓缩化进程。根据对发达国家的市场统计：美国液体洗衣剂的比例已经超过洗衣剂总量的80%；日本浓缩洗衣粉已占到其洗衣粉市场的95%以上，衣用液体洗涤剂占洗衣产品市场的份额也达到了40%；欧盟浓缩洗衣粉份额也在40%以上，液体洗涤剂比例已达到30%以上。

虽然液体洗涤剂仍有较大市场潜力，但全球液体洗涤剂配方仍面临几大挑战：第一，许多通常用于粉状洗涤剂中配伍良好的表面活性剂、助剂和抗再沉积剂之间不相容问题；第二，许多表面活性剂在有电解质存在时，溶解速度较慢；第三，液体洗涤剂还要使用大量塑料包装瓶，既增加成本又消耗能源，各国均致力于探讨和尝试如何重复使用等减少包装的办法。

3. 中国洗涤用品行业现状

中国洗涤用品在近三十年以来发展迅速，1979年洗涤行业的起步阶段国内销量只有100万吨，之后用30年时间发展到年800万吨规模。目前，中国洗涤用品产量已跃居世界前茅，产品门类齐全，基本上满足了不同层次和不同用途的需要，国内人均用量约4.3公斤，“十一五”以来洗涤用品产量稳定整张，年均增长速度在6%以上，在国民经济汇总占据重要位置。

合成洗涤剂和肥（香）皂等产品出口逐年

增长；洗涤产品的发展也带动了相关原料的市场需求，目前大部分国内自主生产的助剂、表面活性剂品种均能满足洗涤用品行业的需求。

近年来，洗涤产品结构发生重大变化。1979年时洗涤剂以肥皂为主，占比超过60%，随后合成洗涤剂占比不断上升，最后达到90%。随着洗涤用品行业的稳定发展，合成洗涤剂产量逐年增加，2001年到2012年，国内合成洗涤剂产量从312万吨增长至889万吨，复合增速约为10%，2013年中国合成洗涤剂产量达到1029.79万吨，同比2012年增长14.70%。其中液体洗涤剂产量从2010年的337.45万吨增至2011年的477.55万吨后，2012年较2011年略有下降，近几年占合成洗涤剂总量的50%左右；洗衣粉产量在2010年时接近400万吨，高于液体洗涤剂，之后增速明显低于液体洗涤剂，2011~2012年产量均低于液体洗涤剂；2013年全国合成洗衣粉累计总产量448.37万吨，同比增长2.69%。同时，洗涤产品用途不断细化，专业化和多样化不断加强，覆盖了更广泛的消费需求。

行业区域性发展趋势明显。从洗涤用品产量的地域分布来看，东北地区相对较少，主要集中在华东、华南地区，主要由于华南地区地处亚热带，全年气候炎热，消费者盥洗频率高。以占行业总量超过80%的合成洗涤剂为例，2013年，中国合成洗涤剂产量为1029.79万吨，从各省市的产量来看，广东省产量达359.18万吨，占全国总产量的34.88%；紧随其后的是四川省、安徽省和浙江省，分别占总产量的9.23%、8.71%和7.15%。

洗涤用品行业产品生产集中度均较高，各品种主要竞争者的规模相对较大，目前国内市场中，宝洁、联合利华、立白、纳爱斯市场占比超过70%。近年来，宝洁和联合利华这两大外资日化巨头在华市场份额呈下降趋势，尤其在牙膏和洗涤等细分市场方面，而中国本土洗涤企业凭借在二、三线城市以及乡镇、农村市场的发展正显示出旺盛的增长势头。在洗衣粉和肥皂的品类中，宝洁和联合利华的市场份额

约为15.00%，而广州立白和纳爱斯集团两家本土公司产品的合计市场份额已超过25.00%，本土品牌逐渐显现优势。

2013年，中国洗涤用品进出口总额35.42亿美元，同比增长9.81%；其中，一般贸易占比延续以往的上升趋势，加工贸易占比则进一步缩减。一般贸易出口金额16.99亿美元，占比77.23%，同比增长11.71%；加工贸易出口金额3.73亿美元，占比16.96%，同比下降4.82%。同期，中国洗涤用品出口金额22.00亿美元，同比增长10.44%；进口金额13.42亿美元，同比增长8.88%，洗涤用品进出口保持顺差态势。

根据Wind资讯数据显示，截至2013年底，中国规模以上肥皂及合成洗涤剂制造企业共368家；2013年，规模以上肥皂及合成洗涤剂制造企业共实现主营业务收入1622.62亿元，同比增长3.89%，增速低于上年4.87个百分点，行业竞争加剧、整体盈利能力呈下滑趋势；完成利润总额164.00亿元，同比出现1.25%的下滑，利润空间出现收窄。一方面，产量、收入、利润等增长不成比例，另一方面，人工、渠道等要素成本持续上涨，市场竞争加剧，中国洗涤用品行业存在运行压力。

4. 上游原材料

皂类与合成洗涤剂在资源利用上存在差异：肥皂的原料来自于天然的动植物等可再生资源；合成洗涤剂大部分原料（主要是表面活性剂、三聚磷酸钠、4A沸石等）来自于石油以及化石原料等不可再生资源，同时日化产品中的包装材料有85%以上依赖于石油化工，均受到石油等原材料价格波动的影响。

5. 行业政策

中国洗涤用品工业协会编制的《中国洗涤用品行业“十二五”规划纲要》（以下简称“纲要”）已在业内发布，《纲要》预计“十二五”期间全国规模以上洗涤用品生产企业的总产值年均增长率为12%，到2015年达到2060亿元。

同时提出“十二五”期间洗涤用品行业将以产品节能、节水、易漂洗、高效、多效、环保与安全为行业发展的主线，大力发展多种品种、多种形态的节能和资源节约型浓缩化洗涤产品，降低芒硝等非有效成分和包装材料的使用量，进一步实施节能减排，扩大可再生资源及其衍生物在产品中的使用量和产品线的开发延伸，提高产品附加值；同时，加快环保型表面活性剂、洗涤剂助剂等原材料的开发和应用。

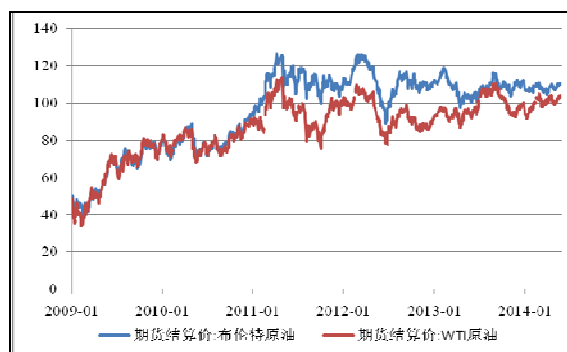
6. 行业关注

石油价格波动

合成洗涤剂行业生产所需的主要原料是各种石油石油化工行业的下游产品，原料价格与国际原油价格关联度较高，原油价格的波动给日化生产企业的成本控制造成较大的压力。

原油价格近年呈大幅波动：2008年下半年以来，受全球经济危机的影响，原油价格冲高回落，在经过2009~2010年的恢复和调整，2011年以来国际原油价格在高位波动。2013年，国际石油市场供需基本面相对宽松，国际原油价格高位震荡，美国西得克萨斯中质原油（以下简称“WTI”）与其它基准油价差总体收窄。北海布伦特原油现货全年平均价格为108.66美元/桶，比上年同期下降2.7%，WTI原油现货年平均价格为97.97美元/桶，比上年同期上涨4.1%。国内原油价格与国际市场原油价格走势基本一致。从长期来看，由于原油作为一次性能源的不可替代性，随着全球经济的持续增长原油价格仍有上涨的趋势。

图3 国际原油价格走势（美元/桶）



资料来源：Wind 资讯。

节能降耗压力较大

洗涤用品行业的节能减排压力体现在两方面：一是由于产品结构的不尽合理，洗涤产品以普通粉状产品为主，产品有效物含量低，直接导致生产过程和流通环节以及消费环节中的无效能耗和物耗，而产品结构的调整又受到生产工艺和装备的技术水平以及原料品种的制约。二是表面活性剂中间体和产品工艺技术和工程化水平不高，如大多数生产工艺均为间歇式操作，反应的动力及热能消耗相对较高。表面活性剂生产领域的生态循环与经济发展矛盾依然突出，对清洁生产工艺开发不足，资源利用效率及合理性有待于进一步改善，节能降耗减排尚不充分。

产业结构有待改善 低价竞争严重

国内浓缩洗衣粉目前只占洗衣粉总量4%左右，绝大部分仍是以普通洗衣粉为主，含有较多的非有效化学成分，对环境的影响较大；肥皂受进口原料价格影响较大，原料价格波动对肥皂影响很大；产品附加值相对不高，过分依赖价格竞争和规模扩张，而低价格带来的低利润导致企业的技术研发经费不足，进而进入低价竞争的恶性循环；行业中符合低碳经济的浓缩型洗涤剂，特别是浓缩型液体洗涤剂占整个洗涤用品总量比例仍处于较低水平。

经过反复的价格大战，洗涤行业终端产品的价格已经基本降至底线，整个行业进入了微利时代。低价竞争只会导致企业在新产品及技术开发、市场调研、产品推广等方面的投入不足。长此以往，洗涤用品行业以及企业的发展必然会受到限制，破坏产业的价值链，不利于行业健康持续发展。

技术创新有待提升

虽然国内规模较大的企业逐渐开始重视科技创新的投入，加大新技术、新产品的研发力度，但投入仍显不足，新成果的产业化率低；新产品产值占总产值比重低，功能型表面活性剂等一些技术含量较高、具有特殊功能的原料还主要依赖跨国公司的产品。创新能力不足一

定程度上限制了中国洗涤用品行业的发展。

城镇化及经济转型引导新兴市场需求

随着城镇化和经济转型进程的加快，居民收入水平和购买能力持续提高，特别是消费结构由保障基本生活到享受型、发展型等高层次消费需求的转变和升级，带动整个消费市场和工业生产的发展，洗涤用品有望迎来更广阔的市场。一方面，中国消费市场向中西部地区、二三线城市、中小城市移动；另一方面，经济转型的主要任务在于提高劳动者收入水平进而带动消费能力的提高，城镇化消费群体的消费将向高品质、理智消费、科学消费等方面转型，为消费市场的容量带来新的动力。

7. 未来发展

洗涤用品具有刚性消费的特征，近年来行业保持稳定增长。随着社会消费水平的提高，以及城市化进程的加快和农村清洁卫生状况的改善带来的消费需求提升，洗涤用品行业有望得到进一步发展。

四、基础素质分析

1. 产权状况

截至2014年6月底，公司注册资本6000万元，其中股东胡克勤持股84.17%，是公司实际控制人。

2. 企业规模

公司是一家集日化、乳业、旅游地产三大产业于一体的多元化企业集团，2002年至今连续10余年被认证为高新技术企业，是北京市重点企业、全国文明单位、首都文明单位标兵。

北京双娃乳业有限公司（下称“双娃乳业”）成立于1998年，作为公司乳业板块的经营主体，是中国乳制品工业协会副理事长单位和北京市农业产业化龙头企业。双娃乳业立足于乳品产业的基础资源，以奶源为核心，形成了完整的乳业产业链，已发展成为集饲草饲料种植加工、

奶牛养殖繁育、畜牧业服务、技术研发、乳品加工、乳品销售六大业务体系于一体的大型农业产业化企业。截至2014年6月底，双娃乳业自有牛只存栏数30004头，年产奶量可达14万吨，公司自身生产所需生鲜奶的20%左右可达到自供，具有一定奶源优势。

北京洛娃日化有限公司(下称“洛娃日化”)作为公司日化板块的经营主体，是中国洗涤用品工业协会副理事长单位，在国内首家提出绿色、环保、健康的洗涤用品概念，企业应用MES配比的新型高效清洁产品被国家科技部列入“2012年国家火炬计划产业化示范项目”，同年荣获2012新清洁绿色贡献创新大奖；旗下的洛娃皂粉成为中国首个获得环境标志认证的洗涤产品，被认定为“北京市著名商标”。洛娃日化致力于环保型洗涤用品的开发和生产，目前已形成了五大系列、近百个种类的产品，主要生产基地位于北京绿色国际港—顺义马坡聚源工业区的洛娃科技园，园区占地面积50亩，建筑面积26000多平方米，设计产能35万吨，2014年6月底已达量产状态的产能为19.5万吨。

旅游地产方面，公司主要以洛娃大厦的租赁和洛娃度假村的运营为主，洛娃大厦是北京市望京地区第一个5A级智能化标准写字楼，洛娃度假村现已成功开发了平谷桃源溪谷度假村、洛娃农场等项目。

3. 人员素质

公司高管人员均具有丰富的从业经验和较高的专业素质。

公司董事长胡克勤，56岁，大专，曾在河北邢台棉织厂任技改办主任、厂长助理，1994年创办公司至今，现任公司董事长、总裁，连续三届全国政协委员、全国政协经济委员会委员，全国工商联常委，北京市商会副会长，北京市光彩事业促进会副会长，北京市新的社会阶层人士联谊会副会长，中国洗涤用品工业协会副理事长，中国乳制品工业协会副理事长。

公司董事、副总裁莫新学，52岁，本科，

会计师，1981-1998年从军；1998-1999年就职于中国新兴供销总公司，任财务处长；1999年至今就职于公司，现任公司董事、副总裁。

截至2014年6月底，公司员工总数3152人。从年龄构成来看，30岁以下占比36.10%；30-50岁占比54.09%；50岁以上占比9.80%。从文化程度来看，初中及以下占比8.15%；高中和专科占比55.74%；大学及以上占比36.10%。从岗位构成看，管理人员占比7.20%，研发人员占比3.05%，生产人员占比72.40%，销售人员占比17.35%。

总体看，公司管理层具有丰富的管理经验，整体素质较高。员工构成符合行业特点，可满足公司发展需要。

4. 技术水平

公司成立以来，以科技为先导，以创新推动产业进步，不断加大产品科技含量，增强企业竞争力，致力于为客户提供绿色、环保、健康的高科技产品和服务。公司本部及洛娃日化、双娃乳业均为国家高新技术企业，享受15%的所得税优惠政策。

乳业板块

双娃乳业通过和北京工商大学食品学院、中国农业大学、内蒙古农业大学的校企合作，以独占许可的方式拥有了“胚胎的玻璃化冷冻、简易解冻和直接移植法”发明专利、“一种以氧化脂肪超临界萃取物为原料的肉味香精制备方法”发明专利、“一种低敏性的乳清蛋白水解物及其制备方法”发明专利。

奶牛养殖方面，双娃乳业实施了万头奶牛改良项目计划，从新西兰、澳大利亚引进了谱系明确、高产纯种荷斯坦奶牛，并通过与内蒙古大学合作，将体外授精技术研究成果转化为先进的胚胎移植技术，培育出高产良种的奶牛，改变了高产纯种奶牛单纯依靠进口的局面，加快了当地奶牛良种改造的进程，促进了中国乳业的良性发展，首批获得了“国家良好农业规范认证示范牧场”称号。

产品品质方面，双娃乳业制定了高于国家标准的内控标准，建立了完善的质量管理体系，并率先通过了ISO9001:2000国际质量体系认证及HACCP认证，从饲草饲料、牛只养殖，到产品生产、储存、运输等环节进行全程监测，确保产品品质，先后有多项产品被列入“北京市重大科技成果推广项目”，自2002年至今连续被认证为高新技术企业。

乳品生产方面，双娃乳业的奶粉生产线采用全套德国韦斯伐里亚公司GEA全自动收奶、巴氏、贮存生产线，以及自动收奶系统和先进的电脑控制系统，将天然纯牛奶经先进工艺高温浓缩、喷雾干燥处理制成乳香纯正、质量稳定的奶粉，实现了生产设备的节能、环保、卫生安全及自动化控制；并于2013年对无水奶油生产线进行改造，使乳产品系列更加多元化。此外，余热回收、二次复聚的工艺设计极大地提高了设备能效。

日化板块

洛娃日化产品均由公司研发中心发起并立项，经反复论证、试验后上市。洛娃日化实现了产品的清洁去污功能与漂白功能、杀菌、节水节能功能的有机结合，科研成果多次被列入“北京市火炬计划”。2008年，公司凭借产品“节水型多功能低泡洗衣液”成为国内首家获得“中国节水产品认证证书”的企业，并于2011年被列为“北京市专利示范单位”。2013年被北京市经济和信息化委员会认定为“北京市工业企业知识产权运用能力培育工程试点企业”。

产品方面，2013年以来，公司相继将柔顺剂、洗手液、洗衣液等近25种不同规格和用途的新产品投放市场，同时研发、调试成功了汽车香波、免水洗手液、衣物除菌液等新产品作为产品储备，产品系列和工艺技术不断更新。

专利技术和标准制定方面，公司“小麦蛋白洗洁精”、“羽绒服清洗剂”等20余项发明专利得到国家知识产权局的授权，另有包括“一种防辐射衣物专用洗涤剂”、“全能清洁剂”、“浓缩型香薰衣物柔顺剂”等在内的13项发明

专利已被国家知识产权局受理审核。与此同时，公司还参与制定了“洗涤用品安全技术规范”等推荐性国家标准，并参与了“皂粉”、“衣料用液体洗涤剂”等行业标准的制定。

表2 公司参与推荐标准统计表

序号	标准类别	标准名称	标准号
1	推荐性国家标准	表面活性剂中二噁烷残留量的测定 气相色谱法	GB/T 26388-2011
2	推荐性国家标准	衣料用洗涤剂耗水量与节水性能评估指南	GB/T 26398-2011
3	推荐性国家标准	洗涤用品安全技术规范	GB/T 26396-2011
4	推荐性行业标准	洗衣皂粉	QB/T 2387-2008
5	推荐性行业标准	衣料用液体洗涤剂	QB/T 1224-2012
6	推荐性行业标准	衣物柔顺剂再润湿性能的测定	QB/T 4309-2012
7	推荐性行业标准	氧漂剂	QB/T 4310-2012
8	推荐性行业标准	氯漂剂	QB/T 4311-2012

资料来源：公司提供

总体看，公司严格执行科技创新驱动战略，研发创新能力较强，技术设备先进，为公司持续发展提供了有力的支持。

五、管理分析

1. 法人治理结构

公司按照《公司法》等有关规定，建立了规范的法人治理结构，包括股东大会、董事会、监事会。股东会由全体股东组成，是公司的权力机构。董事会有7名董事，设董事长1人，由股东会选举产生。监事会成员3人，由股东选举产生。监事会设主席1名。

公司实行董事会领导下的总经理负责制。公司重大事项实行三层决策机制：股东会、董事会和集团领导班子。股东会依据股权实行表决；董事会是受股东会委托的决策机构，依据多数原则实行表决，董事长有一票否决权；集团领导班子是日常经营管理机构，负责对重大事项依据董事会或股东会决议执行，报董事会或股东会审议批准，依据多数原则实行表决，总裁有一票否决权。

公司日常经营管理决策实行三级管理体制：董事会、集团领导班子、产业与职能部门。分别通过董事会、经营管理例会和专题会议的形式体现。

对公司决策执行实行三级监督管理：监事会负责对重大事项通过外部审计方式进行监督；企管中心负责对日常经营管理活动进行监督管理和专项审计；办公室负责对公司日常文件、事务执行情况进行检查监督。

总体看，公司建立了比较完善的治理结构，能满足日常经营需要。

2. 内部管理

公司重视内部管理水平的提升，在财务管理、资金管理、质量安全管理等方面制定了一系列管理制度。

公司财务管理体制实行董事会领导下的财务总监负责制，在董事长的领导下开展工作，对重大投融资和投资决策有一票否决权。公司总部对下属控股合资公司、分公司、子公司等实行财务总监领导下的各合资公司、分公司和子公司部门财务总监/经理负责制。

会计核算和财务管理制度方面，公司制定了《会计业务处理原则》、《全面预算管理办法》、《货币资金管理制度》、《往来款项的管理制度》、《存货管理制度》、《在建工程管理制度》、《固定资产管理制度》、《筹资的管理制度》、《对外投资的管理制度》等制度。上述制度使公司资金使用效率提高，降低了公司的财务成本。

公司本部对下属控股及合资公司、分子公司等等的财务管理体系，实行人事、业务垂直领导，即各公司的财务部门经理由总部任免，业务执行公司总部统一制定的财务管理制度。公司所属控股合资公司、分公司、子公司等的总经理对财务经理只有推荐权利，没有任免权利。

公司乳制品生产严格执行ISO9000质量管理体系。其中乳品事业部和饲料厂制定了《卫生管理制度》、《安全生产管理制度》等制度。

奶牛事业部制定了《各奶牛养殖场工作标准》、《各奶牛养殖场技术标准》、《各奶牛养殖场管理标准》等制度。以上制度充分保证了乳制品的质量安全。

总体看，公司内部管理制度较为完善，实际运行规范有序。

六、经营分析

1. 经营概况

公司是一家集日化、乳业、旅游地产三大产业于一体的多元化企业集团，其中以日化和乳业业务为主。公司本部行使管理职能，具体经营业务由下属子公司负责。

2011~2013年，公司营业收入持续、稳步增长（年均复合增长21.78%），分别为32.77亿元、36.11亿元和48.60亿元；2013年增长明显，主要由于国内奶源紧张、原料粉供不应求导致了乳业板块销售规模的扩张。从产品结构看，乳业板块和日化板块始终是公司两大核心板块，2013年分别占比28.85%和68.68%，以乳业板块为主；旅游地产收入规模较小，2013年占比2.47%，主要为大厦租金收入和酒店收入。

盈利能力方面，2011~2013年，公司综合毛利率分别为24.19%、26.59%和20.17%，呈现一定波动。其中，乳业板块毛利率基本稳定在20%左右。日化板块近三年分别为27.59%、34.92%和18.35%、波动性较大；2012年的提升主要受益于原材料价格下跌导致的成本降低；2013年下滑明显，主要由于当年着力开发农村批发市场、前期开发成本较高导致农村批发市场的盈利水平较低（毛利率约10%），且公司在新市场开发初期展开了较大规模的铺货，进店费等支出以及人工成本的上涨侵蚀了利润。旅游地产近三年的毛利率分别为65.39%、66.13%和44.17%，盈利能力处于较高水平，对整体利润形成了补充。

2014年3月，公司转让了原有的3家涉及酒店和生态旅游业务子公司的股权以及酒店物业的经营权（仍拥有酒店物业的所有权），由酒

店物业的经营主体变更为酒店物业的出租方，每年按合同约定收取一定额度的租金收入，转让完成后，酒店物业的运营费用和人工成本将不由公司承担。

2014年上半年，公司实现营业收入27.28亿元，为2013年全年的56.13%；其中，乳制品板块收入稳定（占2013年的52.56%），日化板块新开发的农村批发市场逐步贡献收入（占2013年的66.76%）；旅游地产板块收入规模较小（占2013年的29.91%），主要由于大厦和酒店物业的租赁收入主要在9-10月确认，上半年确认收入仅为1-2月的酒店运营收入和部分大厦租赁收入。同期的综合毛利率为22.04%，较2013年略有回升：一方面，日化板块2013年由于前期成本较高导致毛利率波动，随着农村批发市场进一步拓展、不断贡献收入以及产品进店费等支出重分类至销售费用（2013年计入营业成

本），2014年以来板块毛利率出现较大的回升；同时，乳业板块上下游价格趋势虽大体一致，但存在价格传导的时滞，上半年、尤其是一季度上游价格延续先前的增势、下游价格出现小幅回落，盈利空间被挤压，毛利率下降7.05个百分点；最后，公司在转让酒店经营权及子公司股权时，集中将酒店的固定资产折旧、经营成本及费用确认为营业成本，但相关的物业租赁收入需要在每年的9-10月份一次性确认，造成上半年的旅游地产板块呈现较大亏损，毛利率为-109.59%，随着相关转让手续的完成，未来酒店物业所发生的成本及费用将不再由公司承担，毛利率水平将有较大的回升。

总体看，公司主业集中，营业收入稳步增长，毛利率水平较高；旅游地产板块对整体利润水平形成了良好的补充。但受新市场开发投入和原料价格波动影响，盈利能力有所波动。

表3 公司营业收入及毛利率情况（单位：亿元、%）

业务板块	2011 年			2012 年			2013 年			2014 年上半年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
日化产品	10.48	31.97	27.59	11.66	32.29	34.92	14.02	28.85	18.35	9.36	34.32	43.65
乳制品	21.05	64.24	20.07	23.22	64.30	20.32	33.38	68.68	19.26	17.56	64.38	13.10
旅游地产	1.24	3.79	65.39	1.24	3.42	66.13	1.20	2.47	44.17	0.35	1.30	-109.57
合计	32.77	100.00	24.19	36.11	100.00	26.59	48.60	100.00	20.17	27.28	100.00	22.04

资料来源：公司提供

2. 乳制品业务

双娃乳业已形成集饲草饲料种植加工、奶牛养殖繁育、畜牧业服务、技术研发、乳品加工、乳品销售六大业务体系于一体的产业体系，产业链较长。

2011~2013年，公司乳制品业务实现营业收入21.05亿元、23.22亿元和33.41亿元，在国内奶源紧张、原料粉供不应求的环境下，乳业板块销售规模快速扩张，年均复合增长25.98%；近三年毛利率分别为20.07%、20.32%和20.14%，盈利能力较好且稳定。

原材料采购及奶源建设

公司乳制品业务的原材料主要为生鲜奶，另有部分包装材料的采购需求。其中，生鲜奶的供应以外部供应（主要通过建立奶厅、奶站

向农户收购）为主、自有奶牛产奶为辅，再由有生鲜奶运输资格的专用奶车进行运输。包装材料全部源于外部采购，公司每年采用招投标的形式确定供应商。

表4 公司近年生鲜乳采购量数据（单位：万吨）

生鲜乳	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年上半年
自产	11.35	11.34	14.16	7.30
外收	44.90	43.86	56.60	31.02
合计	56.25	55.20	70.76	38.32

资料来源：公司提供

奶源建设方面，公司实行“公司+基地+农户”的产业管理模式；截至2014年6月底，公司自有牛只和通过奶农养殖牛只的存栏数分别为30004头和234669头，具有一定的奶牛储

备。外部供应是指，公司向农户出售奶牛，并提供奶牛防病灭疫等专业化服务，农户向公司统一采购饲料并进行饲养，公司从饲草饲料、牛只养殖到产品生产、储存、运输等环节进行全程监测、确保品质，并建立奶厅、奶站向农户集中收购生鲜乳，收购价格参考市场价格，这部分收购量占公司需求总量的80%左右。同时，公司通过自有奶牛进行产奶，产奶量占公司需求总量的20%左右；公司在呼伦贝尔地区拥有186万亩的饲草饲料基地（使用权50年，其中持有土地使用证172万亩，持有草原使用证14万亩），同时外租一定面积的牧场土地，配套建设了1个饲料厂、6个良种荷斯坦奶牛基地、3个乳品厂。总的来说，公司基本做到了从源头保证了原料的安全性。

表 5 公司牛只存栏数据（单位：头）

地区	自有	奶农
阿荣旗牛场	16107	112709
滦县牛场	2164	--
崞岗牛场	11733	80698
海拉尔地区	--	41262
合计	30004	234669

资料来源：公司提供

奶牛养殖方面，双娃乳业实施了万头奶牛改良项目计划，从新西兰、澳大利亚引进了谱系明确、高产纯种荷斯坦奶牛（年产奶量高达7-10吨），并通过与内蒙古大学合作，将体外授精技术研究成果转化为更为先进的胚胎移植技术，培育出高产良种奶牛，改变了高产纯种奶牛单纯依靠进口的局面，首批获得了“国家良好农业规范认证示范牧场”称号。截至2013年底，公司万头奶牛项目基本完成，通过较高质量的育成牛只补进、质量偏低的牛只淘汰，整体的奶牛储备质量得到有效提升。饲料种植加工方面，公司与农科院等多家科研院合作研制开发了高产奶牛各个生长阶段所需的精饲料，公司饲料厂房面积10302.64平方米，生产工艺及设备技术含量较高，年设计生产量10万吨，基本能够满足自有牛场的饲料用量。

生鲜乳采购价格方面，其价格根据奶牛的

生理周期、按产奶期和干奶期浮动，同时市场需求也对鲜奶价格产生影响；市场的恶性竞争、生鲜乳产量萎缩、生产厂家集中、价格上升过快等不利因素也是原材料价格波动的主要原因。2011~2012年，公司生鲜乳采购均价相对稳定，且均低于2010年水平；2013年以来，新西兰遭遇持续干旱带来原料奶产量下降，恒天然奶粉事件等奶源安全性事件频发扰乱原料奶市场的供应，全球奶源价格大幅上涨，公司当年采购均价格较2012年上涨34.88%，但自供生鲜乳可以部分缓解由于原料等成本对利润空间的挤占；2014年上半年，受进口生鲜乳价格略有回落，生鲜乳价格较2013年略有回落、但降幅不大。

生鲜乳采购结算方面，针对农户采购，公司一方面采用向农民出售奶牛和饲料、定期从农户处收购生鲜奶作为回报的“物易物”方式，同时对差价部分采用现金结算方式；针对非农户采购（原料、包装材料等），公司主要采用现金或票据的结算方式。2008年底三聚氰胺事件发生后，乳品行业进入低迷，上游原料结算周期大幅延长，随着市场的逐步恢复，奶源供应趋紧、结算周期缩短，公司2010~2011年大量结算之前年度未清的原料款，后逐年回落。2013年恒天然事件不断发酵，奶源市场紧张情况再现，公司为保证奶源优势、防止奶源外流，进一步加大结算力度、缩短结算周期。

生产及销售

乳品生产方面，公司共有三个乳品厂，分别为阿荣旗乳品厂、海拉尔乳品厂、新左旗乳品厂，年处理能力分别为1400吨/日、300吨/日、1200吨/日。一般情况下，公司1吨生鲜乳可生产120KG奶粉。

双娃乳业的主要产品为全脂奶粉，多作为乳饮料、冷饮、焙烤、糖果等行业的原料奶粉（又称“原料粉”）。公司的销售模式主要为直接点对点销售，销售区域遍布全国。公司与国内外多家知名企业均建立起长期稳定的合作关系，实现了对国内乳制品市场的全覆盖，

成为中国原料粉主要生产企业之一。2013年，公司前五大客户贡献的销售额占乳制品销售总额的30%左右，集中度一般。公司会根据客户回款情况和质量反馈情况，将每一客户分为不同等级，并给与一定的优惠。

表6 公司奶粉产品经营数据（单位：吨、万元/吨）

奶粉	2011年	2012年	2013年	2014年上半年
产量	67690	79076	100191	57147
销量	69909	77663	93928	57239
平均价格(含税)	2.91	2.83	3.84	3.42

资料来源：公司提供

公司奶粉产销量步步攀升，2013年分别为100191吨和93928吨，年均复合增长21.66%和15.91%；2014年上半年分别为57147吨和57239吨，达到2013年全年水平的57.04%和60.94%；奶粉产销率一直保持高水平，始终位于90%以上，2013年为93.75%。

销售价格方面，奶粉的国际市场定价权由每半月进行一次的全球乳业贸易竞价结果确定，公司主要依据此价格确定售价。由于价格调整周期较短、调整较为及时，奶粉价格的波动幅度和生鲜乳原料波动幅度较为一致。近三年，奶粉均价波动上升，2013年为3.84万元/吨，2014年上半年受生鲜乳价格回落的影响，奶粉价格降至3.42万元/吨，较2013年下降10.94%，变动趋势与生鲜乳基本一致，但生鲜乳降幅相对奶粉降幅更加缓和。由此可见，长期看，公司乳制品板块毛利率相对稳定，但短期内易受上下游市场价格波动的影响。

结算方面，2012年之前，公司一般给予客户1.5个月的账期，2012年受进口乳制品关税下调影响，公司为了维护销售网络、保证销量而对下游客户放宽账期。进入2013年，一方面，部分销售势头较好的商品扩大了现金销售的比例，同时针对下游客户的账期优惠政策于同年二季度取消；另一方面，公司内部集中开展赊销款项催收；在双重因素的促进下，公司乳品收入实现质量改善。

总体看，公司乳业板块产销规模持续扩

大，市场认可度良好；该板块集饲草饲料种植加工、奶牛养殖繁育、畜牧业服务、技术研发、乳品加工、乳品销售六大业务体系于一体，产业链较长，具有一定的资源优势，抗风险能力较强，但短期内，盈利能力易受上下游市场价格波动的影响

3. 日化业务

洛娃日化主营日化产品的研发、生产和销售，核心产品拥有自主知识产权，拥有厨房、居室、卫生间、衣物、商业清洗五大系列100多种产品，其中，洗衣液、洗洁精、洁厕剂为主导产品。

2011~2013年，公司日化板块收入分别为10.48亿元、11.66亿元和14.02亿元，始终保持增长；2013年的同比增速有所提升，主要受益于新开发的农村批发市场的业绩贡献。近三年的板块毛利率分别为27.59%、34.92%和18.33%，波动性较大，2012年的盈利能力提升主要受益于原材料成本的下降，2013年明显下滑主要由于开发农村批发市场的前期投入规模较大导致，随着农村批发市场的进一步拓展和成熟，2014年以来毛利率明显回升。

原材料采购

公司日化板块的原材料包括生产用料（AES、磺酸、纯碱、AEO-9等）和包装用原料（包装瓶、自立袋、纸箱等），均为国内供应，基本无需进口。公司主要采取从生产厂家进货与从经销商进货相结合的方式，以降低对主要供应商的依赖程度。2013年，公司日化板块原料采购成本占成本总额的86.30%，其中向前五大供应商采购合计占总采购额的37.98%。

从原材料构成看，前五大采购原料分别为AES、磺酸、AEO-9、自立袋和纸箱。公司采购的生产用原料有超过300种，其中以AES、磺酸和AEO-9为主，这三类各占2013年采购总额的比重约为20%、10%和4%；公司采购的包装用原料主要为自立袋和纸箱，这两类占2013年采购总额的比重均在30%左右。整体看，公

司对包装用料的采购额略超过生产用料的采购额，但考虑到细化产品分类较多，不同产品的成本构成存在差异，高附加值的产品中生产用料所占比重相对较高。

从采购价格看，受原油价格震荡影响，生产用原料价格出现波动：近三年，AES、磺酸和AEO-9均价出现不同程度的下降，年均复合变动率分别为-20.77%和-8.62%和-15.39%，2013年为8.06元/公斤、10.94元/公斤和13.81元/公斤；2014年上半年，AEO-9均价基本稳定，AES价格略有提升、磺酸价格有所下降，但波动幅度较小。包装用料中，自立袋价格始终稳定在1.60~1.65元/公斤的范围内；纸箱自2013年以来出现较为明显的下滑，2013年为4.89元/公斤，2014年上半年进一步降至4.10元/公斤。从采购量看，随着生产经营规模的扩大，公司加大对原料的采购，但出于降低占用营运资金的考虑，2013年以来，公司适当缩短采购周期、提高原料库存的周转速度；一般来说，包装用料采购周期较长（1~2个月），多采取库存备货方式保证用量；生产用原料采购周期较短。

从采购结算看，公司采用现款现货为主、票据结算为辅的方式，AES、磺酸、AEO-9等部分原材料采用预付款方式。2012年以来，公司应收账款大幅增长，导致公司与上游供应商采取票据结算的额度有增加，同时预付方式购买原料的比例有所增加。

产品生产

洛娃日化的生产设备引进德国和美国先进技术：前端配料方面，整个配料前处理系统采用西门子S7系列可编程控制器控制，产品粘度、PH值和温度等关键工艺参数均由从美国进口的在线检测仪实时监控，实现从原材料配方到投料的自动化控制，提高了产品的稳定性和准确性；同时，整个配料工艺对余料和废水进行循环使用，基本实现污染物的零排放。生产方面，洛娃日化装备了国内领先的全自动自立袋包装生产线和全自动上瓶、罐装、拧盖、套标于一体的瓶装生产线，提高人均生产率和产

品质量的同时，降低了人力成本，避免了用工危机；生产线在保留了浆式和柜式搅拌机的基础上，引进国际领先的高剪切式乳化机系列，保证了产品质量的稳定性。2012年，公司对部分生产线进行更新改造，提高了产品的生产效率和工艺水平，目前技改工作已完成。

公司液体合成洗涤剂设计产能共计35万吨，截至2014年6月底已达量产状态的产能为19.5万吨，种类和用途呈多元化，主要分为洗衣液、洗洁精、洁厕剂、柔顺剂、油烟净五大类。2013年，公司生产各类液体洗涤剂共计18.96万吨。

产品销售

公司的日化产品种类和用途呈多元化，其中洗衣液、洗洁精、洁厕剂、柔顺剂、油烟净为主导产品，近三年的销售额占比均超过80%。公司日化产品的市场认可度较好，2013年五大产品的产销量均保持在93%以上。以下将就五大产品的销售情况予以分析。

销量方面，2013年，公司日化产品实现销量18.02万吨，近三年持续增长（年均复合增长11.79%）。2011~2013年，洗衣液是日化板块销量最大的产品，2013年销量达11.84万吨，年均复合增长10.65%；除洗衣液外，销量在1万吨以上的产品还有洗洁精和洁厕剂，2013年分别实现销量3.69万吨和1.51万吨，年均复合增长率分别为12.22%和11.71%，洗衣液、洗洁精和洁厕剂三大产品的增长均衡、平稳；柔顺剂和油烟净在五类产品中销售规模较小，2013年分别实现销量0.76万吨和0.86万吨，但近三年增势较快，年均复合增长率分别为23.29%和179.61%，对整个产品序列进行了有效的补充。2014年上半年，公司五大产品实现销量为11.30万吨，为2013年全年水平的62.71%，其中柔顺剂销量增长较快（超过2013年全年水平）。

产品价格方面，洗涤用品作为日用产品，具有刚性消费的特征，价格近年来相对保持稳定，且公司产品属于非高端产品，所以五类产品近三年的含税均价波动幅度很小。2013年，

销量在1万吨以上的洗衣液、洗洁精和洁厕剂三类产品的均价分别为7606.83元/吨、6605.23元/吨和4819.57元/吨；销售规模相对较小的柔顺剂和油烟净的均价为7665.37元/吨和18521.31元/吨，价格相对高于前三大产品，尤其油烟净作为销量最少的产品，因具有特殊功效、细分市场容量较小等特性，近年来价格始终处于高位。

表7 2011年以来日化板块各产品产销情况
(单位: 万吨、%、元/吨)

产品		2011 年	2012 年	2013 年	2014 年 上半年
洗衣液	销量	9.67	10.71	11.84	6.35
	产销率	92.27	92.33	94.82	102.39
	均价(含税)	7518.30	7605.79	7606.83	7606.68
洗洁精	销量	2.93	3.10	3.69	2.20
	产销率	92.43	92.26	94.74	101.37
	均价(含税)	6660.41	6608.06	6605.23	6632.96
洁厕剂	销量	1.21	1.32	1.51	0.93
	产销率	92.37	92.31	99.51	95.68
	均价(含税)	4898.35	4816.67	4819.57	4818.59
柔顺剂	销量	0.50	0.70	0.76	1.28
	产销率	92.59	93.33	93.47	96.13
	均价(含税)	7628.00	7664.29	7665.37	7664.30
油烟净	销量	0.11	0.13	0.86	0.54
	产销率	91.67	92.86	93.91	95.62
	均价(含税)	18490.91	17992.31	18521.31	17992.27

资料来源: 公司提供

公司日化板块以北京市场为核心，逐步开发全国市场，北京市场的比重在各区域始终占首位（2013年为67%），外埠市场以辽宁、黑龙江、河北等省为主（2013年分别为11%、5%和6%）。由于2013年对以来着力开发农村批发市场，开发重点放在山东、辽宁、河北等省份，带动外埠市场的销售额和比重稳步增长。2014年上半年，北京市场的比重较2013年下降10个百分点、为57%；辽宁、河北和山东市场增长明显，分别增至14%、8%和5%，合计较2013年提升9个百分点；黑龙江省基本保持稳定，为4.5%。营销模式方面，洛娃日化目前形成传统渠道为主、配合电子商务营销的经营模式，其中：北京市场分为批发和零售两类模式，零

售业务主要通过物美、京客隆等连锁超市直接签订合同展开合作，批发业务通过经销商展开；外埠市场主要通过经销商合作模式进入地方超市货架，一般在每个开展业务的城市配设一个经销网点；2013年以来，公司逐步进入电子商务市场，先后与京东商城、苏宁易购、一号店等电商开展合作，2014年上半年通过电子商务市场完成的销售额占总额的2.10%。物流模式方面，公司与专业物流公司建立合作关系。结算方面，公司与经销商和超市客户的结算周期一般为3~4个月。

表8 2011年以来销售额区域分布情况(单位: %)

区域	2011年	2012年	2013年	2014年上半年
北京	59	64	67	57
辽宁	11	11	11	14
黑龙江	4	5	5	4.5
河北	7	5	6	8
山东	2	1	1	5
其他	17	14	10	11.5
合计	100	100	100	100

资料来源: 公司提供

总体看，受益于新开发的农村批发市场的贡献，公司日化板块产销量平稳增长；但由于新开发市场的前期投入及发生成本较高，盈利能力有所下滑。未来随着新市场的成熟以及电商渠道的贡献，板块规模有望进一步扩展。

4. 旅游地产业务

截至2014年6月底，公司旅游地产业务主要由洛娃大厦的租赁和洛娃度假村的运营为主，其中洛娃大厦是北京市望京地区第一个5A级智能化标准写字楼，洛娃度假村由平谷桃源溪谷度假村、洛娃农场等项目构成。公司下属全资子公司北京洛娃物业有限公司、北京洛娃农业生态园有限公司、北京鸿发房地产开发有限公司、北京峨嵋苑科技服务有限公司等均是围绕上述业务设立，目前无其他经营业务。

2011~2013年，公司旅游地产业务分别实现收入1.24亿元、1.24亿元和1.17亿元，毛利率分别为65.39%、66.13%和42.74%，收入规模虽

然较小、但具一定稳定性，盈利能力较强。2014年上半年收入为0.35亿元，主要由于大厦和酒店物业的租赁收入主要在9-10月确认，上半年确认收入仅为1-2月的酒店运营收入和部分大厦租赁收入；毛利率为-109.59%，呈现大幅亏损公司在转让酒店经营权及子公司股权时，集中将酒店的固定资产折旧、经营成本及费用确认为营业成本，且毛利较高的物业（大厦和酒店）租赁收入主要在下半年确认。

租赁业务方面，公司所属的洛娃大厦坐落于北京望京地区，由三栋花园式5A级智能化涉外甲级写字楼组成，出租率常年保持在95%以上（2014年6月出租率为96.40%）。2011~2013年，大厦租赁业务分别实现收入0.45亿元、0.44亿元和0.58亿元，且毛利率保持在75%以上，每年为公司带来稳定的收入和利润。

度假村业务方面，洛娃桃源溪谷度假村位于北京市平谷区峨眉山景区内，有别墅、标准客房、餐厅、歌舞厅、会议室、棋牌室以及室外网球、篮球、垂钓等多项娱乐设施为客人提供服务。洛娃农场由北京洛娃农业生态园有限公司负责经营，占地近200亩，整个农场分四大块：种植区、养殖区、餐饮区、跑马区，种植区以无公害、绿色、有机三位一体为模式，主要为附近高端酒店的餐饮提供原料。

另外，2011~2013年，公司旗下的金潮玉玛国际酒店和金潮玉玛丫髻山国际森林酒店交由当时下属的3家子公司负责运营，每年实现的营业收入在5000~7000万元的范围内。其中，金潮玉玛国际酒店营业面积3万平米，拥有7幢楼共89套各种类型的高级客房以及各式会议室14个；金潮玉玛丫髻山国际森林酒店2011年4月开始试营业，2012年正式营业，营业面积1万平米，拥有1500公顷人工林和22万亩桃园及41万亩各色果园，林木覆盖率高达95%。2014年以来，公司处于业务结构调整的目的，将上述负责酒店业务的3家子公司的股权以及酒店物业的经营权转让，由酒店物业的经营主体变更为酒店物业的出租方；由于上述

两家酒店的所有权仍归属公司，公司每年将以“保底+浮动”的方式向酒店承租方收取租金，租金计算方式为：公司按酒店完成经营毛利润的95%向承租方收取租金，如酒店完成经营毛利润的95%不足2500万元，则按2500万元作为保底租金收取。一方面，公司退出酒店业务后，将集中精力发展乳制品和日化两大主业；另一方面，公司每年可获取固定额度的纯收益，对整体运营形成良好的利润和现金流的补充。根据转让合同约定，公司收取固定分红的期限截至2017年底，期满后将根据市场行情、经营情况等因素重新商定条款。

5. 经营效率

2011~2013年公司销售债权周转次数分别为4.41次、3.12次和4.36次，销售债权周转效率波动下降。2011~2013年，存货周转次数持续上升，分别为2.65次、2.84次和5.14次。总资产周转次数波动上升，分别为0.44次、0.41次和0.51次。总体看，公司整体经营效率一般。

6. 未来发展

未来在投资策略上，公司将日化和乳业作为企业发展的根基，形成更加具有竞争性和产业领导力的企业发展格局；旅游地产作为公司产业布局的重要组成部分，平稳发展，成为主业的有益补充，但随着酒店物业经营权的转让，公司现有的旅游地产板块将向物业租赁性质的业务板块转型。

未来3年，公司计划投资11.28亿元。其中，日化产业投资5.52亿元，乳业投资5.76亿元。

未来日化产业的投资中，用于补充产能、购买设备的固定资产投资0.35亿元，用于批发市场、电子商务、商超系统业务扩容补充流动资金5.17亿元。随着城镇化建设进程的推进和网络营销功能的完善，公司的核心工作将向新市场的开发转移，实现产销量的重大突破。

未来双娃乳业的投资中，用于奶源建设和饲料厂产能增加补充流动资金3.02亿元，用于

奶源建设、乳品生产和草原改造2.74亿元。公司呼伦贝尔万头奶牛项目已经完工，未来将通过该项目提高牛只产奶量和产奶品质，通过奶站建设实现对奶源供奶品质的全面把控。

总体看，公司未来发展规划清晰，未来投资均围绕主业展开，有利于各业务板块经营规模的扩大和竞争实力的增强；公司主业盈利能力较强，为未来的新增投入形成支撑，但考虑到新增投资多源于流动资金的需求，公司未来营运资金需求将有所上升。

七、财务分析

1. 财务质量及财务概况

公司提供的2011年、2012年财务报表经北京中万华会计师事务所有限公司审计，2013年财务报表经亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）北京分所审计，审计机构均出具了标准无保留意见。公司2014年上半年财务报表未经审计。2011~2013年，公司合并范围未发生变化；2014年上半年，公司原子公司北京金潮玉玛国际酒店有限公司、北京金潮玉玛丫髻山森林酒店有限公司和北京京东道生态旅游开发有限公司由于发生股权转让，已不再纳入公司合并报表范围，由于上述公司规模较小，对财务报表影响有限。

截至2013年底，公司（合并）资产总额为100.12亿元，所有者权益合计68.59亿元。2013年公司实现营业收入48.60亿元，利润总额5.93亿元。

截至2014年6月底，公司（合并）资产总额为104.40亿元，所有者权益合计为72.07亿元。2014年上半年，公司实现营业收入27.28亿元，利润总额4.02亿元。

2. 资产质量

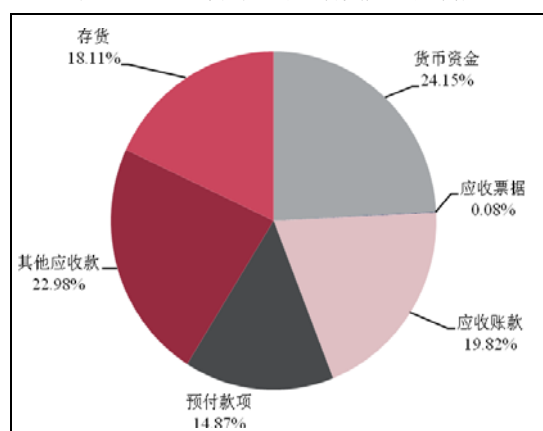
2011~2013年，公司资产总额稳定增长，年均复合增长10.68%，主要由于货币资金、预付款项和其他应收款的增长而致。截至2013年底，公司资产总额为100.12亿元，其中流动资

产和非流动资产分别占38.53%和61.47%，以非流动资产为主。

流动资产

2011~2013年，公司流动资产年均复合增长22.64%，主要来自货币资金、预付款项和其他应收款的增长。截至2013年底，公司流动资产为38.57亿元，主要由货币资金（占24.15%）、应收账款（占19.82%）、预付账款（占14.87%）、其他应收款（占22.98%）和存货（占18.11%）构成。

图4 2013年底公司流动资产主要构成



资料来源：公司审计报告

2011~2013年，公司货币资金年复合增长75.52%，截至2013年底为9.32亿元，同比增长88.58%，主要由于2013年账款回收力度加大导致经营活动现金净流量大幅增加，其中使用受限的货币资金为2.34亿元。

2011~2013年，公司其他应收款年均复合增长83.73%，2013年以来，公司对乳业产品中非现金销售的账务处理进行调整，未支付的货款在发货后暂计入其他应收款（之前年度直接计入应收账款），待发票开具后转入应收账款并确认收入。2013年底，其他应收款同比增长225.50%至8.86亿元，除上述账务调整因素外，公司与其他企业的往来资金也有所加大；其他应收款的前五名欠款金额合计5.17亿元（如下表），占比58.30%。

表9 2013年底其他应收款前五名(单位：亿元、%)

单位名称	金额	占比	成因
北京紫铜鸿发矿业投资有限公司	2.36	26.59	借款

北京华腾大糖设备有限公司	1.36	15.38	设备款
北京典范咨询有限公司	0.58	6.53	咨询费
未来天然植物公司	0.5	5.59	货款
高碑店国康商贸有限公司	0.37	4.21	货款
合计	5.17	58.30	

资料来源：公司审计报告

2011~2013年，公司应收账款净额分别为8.51亿元、14.59亿元和7.64亿元，存在一定波动。2012年，公司为应对进口乳品关税下调带来的竞争、维护销售网络而对下游客户放宽账期导致应收账款快速上升；2013年，公司应收账款同比降低47.63%，除上述账务调整因素外，还得益于部分产品现金销售比例提升以及货款催收力度加大。2013年底，公司已发货但未结清的货款总额为11.70亿元，（2012年底为14.59亿元）同比下降19.81%。截至2013年底，前五大客户应收款项占总额的23.77%，集中度一般；账龄基本在一年以内，由于回收风险较低，公司未计提坏账准备。

2011~2013年，公司预付账款年均复合增长150.63%，截至2013年底，公司预付款为5.73亿元，主要由于随着经营规模扩大，公司加大奶品和洗化原料（预付结算为主）的采购。从账龄看，全部为1年以内款项，预付款项发生损失的可能性较小。

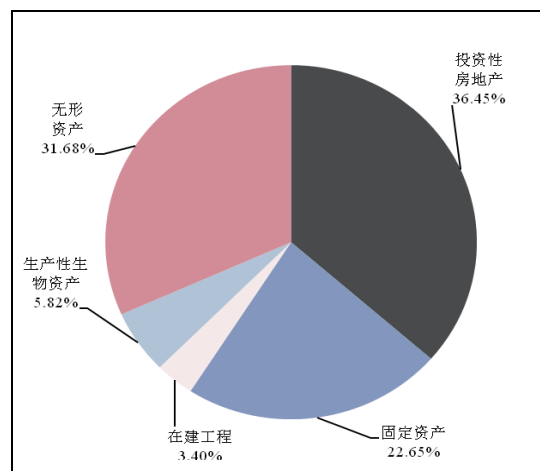
2011~2013年，公司存货年均复合下降18.73%，2013年底为6.98亿元，公司严格控制库存对营运资金的占用，其中库存原材料降至上年水平的25.71%，库存商品同比略有增长、但增幅明显低于收入增长。由于存货无明显减值迹象，公司未计提存货跌价准备。

非流动资产

2011~2013年，公司非流动资产年均复合增长4.76%，2013年底合计61.54亿元，其中投资性房地产（占36.45%）、固定资产（占22.65%）和无形资产（占31.68%）占比较高。

2011~2013年，公司投资性房地产年均复合增长10.09%，2013年底投资性房地产为22.43亿元，主要为公司拥有的可出租物业洛娃大厦以及其他出租资产。

图5 2013年底公司非流动资产构成情况



资料来源：公司审计报告

2011~2013年，公司固定资产净额基本稳定，2013年底固定资产账面原值为17.59亿元，主要由房屋建筑物（占58.58%）、机器设备（占34.57%）、运输设备（占1.18%）和办公设备（占5.67%）构成；2013年累计计提折旧3.66亿元，未计提相关减值准备，综合成新率79.21%。

2011~2013年，公司在建工程大幅增长，截至2013年底，公司在建工程2.09亿元，主要为日化旧厂房改造工程（1.95亿元）。

2011~2013年，公司无形资产年复合下降2.56%，截至2013年底为19.50亿元，主要由草场（占8.46%）、嵯岗牧场（占90.44%）构成。

2011~2013年，公司生产性生物资产年均复合增长4.61%，2013年底为3.58亿元，随着万头奶牛项目带动以及原有乳牛不断繁衍超过淘汰牛只，生产性生物资产进一步增长。

2014年6月底，公司资产合计104.40亿元，较2013年底小幅增长4.28%；流动资产占41.22%，较2013年底略有提升，其中货币资金受发行短期融资券以及经营活动产生净现金流影响大幅增长69.95%，预付款项和其他应收款较2013年底回落18.94%和32.23%；非流动资产变动不大。

总体看，公司资产主要以非流动资产为主，非流动资产中投资性房地产、固定资产和无形资产占比大，流动资产中存货和应收款项

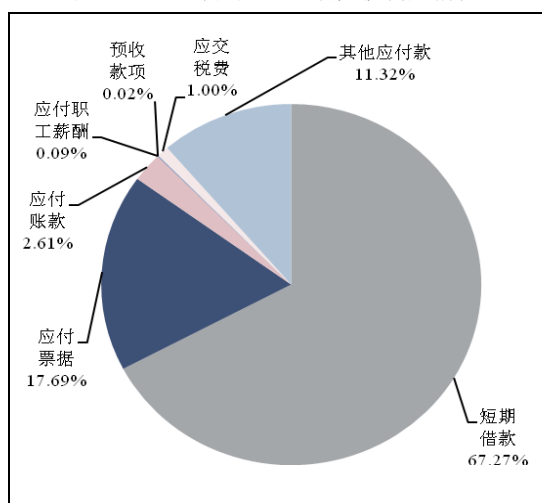
占比大，公司整体资产质量和流动性一般。

3. 负债及所有者权益

负债

2011~2013年，公司负债总额年均复合增长16.88%，截至2013年底，公司总负债为31.53亿元，流动负债和非流动负债分别占比87.48%和12.52%。近年公司负债结构相对稳定，以流动负债为主，债务结构有待改善。

图6 2013年底公司流动负债构成情况



资料来源：公司审计报告

2011~2013年，公司流动负债年均增长18.63%，主要源自短期借款、应付票据的增长，截至2013年底合计27.58亿元，主要由短期借款、应付票据和其他应付款构成。

2011~2013年，公司短期借款年复合增长率为5.84%，截至2013年底，公司短期借款为18.56亿元，主要为抵押借款和保证借款，分别占78.15%和21.85%。

2012年公司与供应商之间结算方式发生变化，票据结算大幅增加，导致应付票据三年复合增长172.21%，截至2013年底4.88亿元，全部为银行承兑汇票。

2011~2013年，公司应付账款年均复合增长10.30%，截至2013年底0.72亿元，账龄方面，全部为1年内应付供应商的货款。

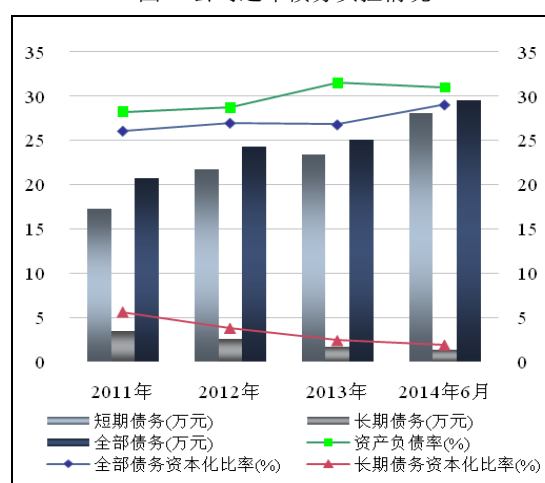
2011~2013年，公司其他应付款年均复合增长44.44%，截至2013年底3.12亿元，主要为

房租押金和运费等。

2011~2013年，公司非流动负债年均复合增长6.48%，截至2013年底合计3.95亿元，由长期借款（1.68亿元）和递延所得税负债（2.27亿元）构成。

债务负担方面，2011~2013年，公司债务规模逐年增长，全部债务年均复合增长10.14%。其中短期债务占比分别为83.19%、89.39%和93.31%，债务结构有待进一步改善。截至2013年底，公司全部债务25.12亿元。

图7 公司近年债务负担情况



资料来源：公司财报

从债务指标来看，近三年公司资产负债率和全部债务资本化比率小幅上升，长期债务资本化比率逐年下降，截至2013年底分别为31.49%、26.80%和2.39%，公司负债水平低，有息债务负担较轻。

截至2014年6月底，公司负债总额32.34亿元，较2013年底增长2.57%，其中其他应付款由于年初统一结算导致大幅回落至0.24亿元以及2014年3月发行5亿元短期融资券（已计入短期债务）导致其他流动负债新增5亿元，其他科目变动不大。2014年6月底，公司资产负债率和长期债务资本化比率变动较小，分别为30.97%和1.88%，受发行短期融资券影响，公司债务总额增至29.49亿元，全部债务资本化比率上升2.23个百分点至29.04%，公司有息债务负担仍处于较低水平。

总体看，公司负债以流动负债为主，有息

债务负担较轻，但债务结构有待改善。

所有者权益

2011~2013年，公司所有者权益年均复合增长率为8.15%，主要是未分配利润增加所致。截至2013年底，公司所有者权益合计68.59亿元，主要由实收资本（占0.87%）、资本公积（占46.49%）、盈余公积（占2.43%）、未分配利润（占50.20%）构成。其中资本公积主要由牧场、草场、洛娃大厦及酒店等形成。截至2014年6月底，公司所有者权益进一步增至72.07亿元。公司权益稳定性一般。

4. 盈利能力

2011~2013年，受益于乳业板块销量上升以及新开发的农村批发市场（日化板块）的业绩贡献，公司营业收入年均复合增长21.78%，2013年实现营业收入48.60亿元，同期，公司营业成本年均复合增长24.97%，高于营业收入增幅，公司在2013年着力开发农村批发市场，前期开发成本较大，产品进店费等支出以及人工成本增长较快。

2011~2013年，期间费用年均复合下降0.54%，其中营业费用年均下降19.08%，管理费用年均增长17.58%，由于公司将部分之前归入销售费用的金额重分类至营业成本及管理费用，管理费用出现较大幅度增长；财务费用随着债务规模的增长年均复合增长9.34%。三年期间费用分别占营业收入的13.67%、12.04%和9.12%，公司期间费用控制能力逐年增强。

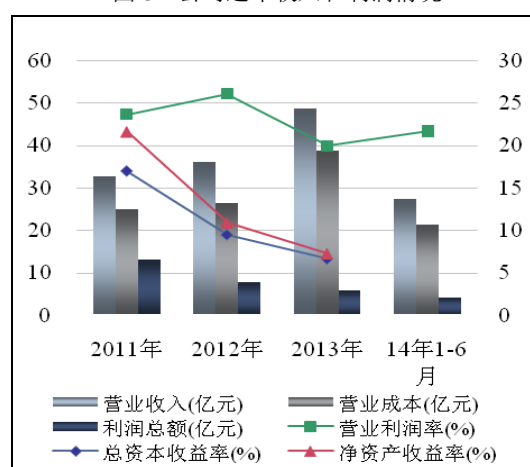
2011~2013年，公司公允价值变动收益分别为9.92亿元、3.19亿元和0.73亿元，主要为投资性房地产公允价值变动收益。2013年公司营业外收入为0.19亿元，主要为非流动资产处置利得。2011~2013年，受公允价值变动收益大幅回落的影响，公司利润总额逐年下降，2013年为5.93亿元。近三年公允价值变动收益分别占利润总额的75.49%、40.58%和12.31%。

盈利指标方面，2011~2013年，公司营业利润率波动下降，2013年为19.93%，一方面，

公司新开发的农村批发市场（日化板块）利润空间相对较薄（毛利率约为10%）；同时，人工等成本上升对产品盈利空间形成压力；近三年总资本收益率分别为16.93%、9.46%和6.64%，净资产收益率分别为21.64%、10.87%和7.22%，下降幅度较大，主要源自公允价值变动收益的大幅减少。

2014年1-6月，公司实现营业收入27.28亿元，为上年全年水平的56.13%；同期营业利润率为21.67%，较2013年上升1.74个百分点。

图8 公司近年收入和利润情况



资料来源：公司财报

总体看，近年公司收入稳定增长，主业盈利能力较强但有所下降，随着公允价值变动收益的大幅减少，利润规模逐年下降，整体盈利能力一般。

5. 偿债能力

从短期偿债指标来看，2011~2013年，公司流动比率和速动比率逐年上升，2013年底分别为139.85%和114.53%，由于货币资金的大幅增长，2014年6月底分别增至149.99%和125.78%。近三年公司经营现金流动负债比逐年上升，2013年为32.14%，公司经营净现金流对流动负债的保障能力较强。整体看，公司短期偿债能力较强。

从长期偿债指标来看，2011~2013年，随着利润总额的逐年下降，公司EBITDA年均复合下降20.57%，2013年为9.44亿元。EBITDA

利息倍数逐年下降，三年分别为15.55倍、7.38倍和6.31倍；全部债务/EBITDA小幅上升，分别为1.38倍、2.33倍和2.66倍。整体看，公司EBITDA对债务本息的保障能力较强。

截至2014年6月底，公司共获得各银行授信额度合计28.32亿元，其中，已使用额度24.49亿元，尚未使用授信额度3.83亿元。公司间接融资渠道有待拓宽。

截至2014年6月底，公司对外担保为2.82亿元，全部为对北京紫铜鸿发矿业投资有限公司（下文简称“紫铜矿业”）提供的贷款担保，担保比率为3.91%。紫铜矿业成立于2004年7月，注册资本6000万元，经营范围为项目投资、技术推广服务和销售矿产品（不含煤炭及石油产品），2013年分别实现营业收入和利润总额1.33亿元和0.63亿元，目前经营正常。公司或有风险较小。

6. 过往债务履约情况

根据中国人民银行查询的《企业信用报告》，截至2014年7月25日，公司本部不存在未结清的不良信贷信息记录，有两笔关注类贷款，目前已全部结清。

7. 抗风险能力

基于对公司所属行业发展趋势的基本判断、公司自身经营及财务状况，公司整体抗风险能力较强。

八、结论

随着中国经济增长带动国民收入和生活水平的提高，城市化进程的加快和农村清洁卫生状况的改善带来的消费需求提升，国内对乳制品和洗涤用品需求将不断增长。

公司是一家集日化、乳业、旅游地产三大产业于一体的多元化企业集团，乳业板块已形成完整产业链，具备一定奶源优势，奶牛储备质量不断提升；日化板块技术水平较高，具有

一定的知名度，新开发的农村批发市场逐步贡献收入；旅游地产为主业提供了有益补充。未来随着各业务板块经营规模的扩大和日化销售渠道的进一步开拓，公司竞争实力有望得以提升。

公司资产质量一般，负债以流动负债为主，有息债务负担较轻，但债务结构有待改善。主业盈利能力较强，公允价值变动收益大幅回落，利润总额有所下降；整体偿债能力较强。

总体看，公司主体信用风险较低。

附件 1-1 公司股权结构图

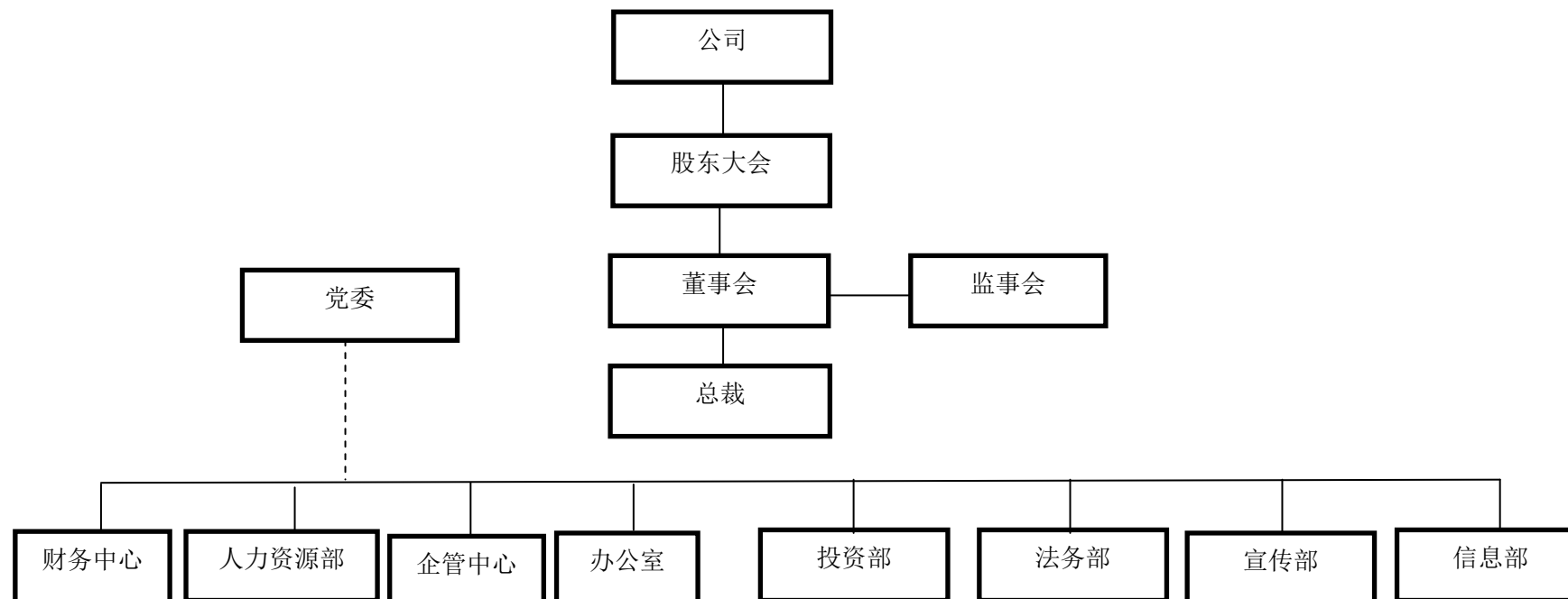
股东	出资额（万元）	持股比例
胡克勤	5050.00	84.17%
胡玉朋	350.00	5.83%
李桂玲	300.00	5.00%
董雪梅	300.00	5.00%
合计	6000.00	100.00%

附件 1-2 2013 年底公司合并范围内子公司情况

序号	企业名称	持股比例
1	北京洛娃日化有限公司	100%
2	北京鸿发房地产开发有限公司	100%
3	北京双娃乳业有限公司	100%
4	北京金潮玉玛国际酒店有限公司	100%
5	北京洛娃物业有限公司	100%
6	北京洛娃进出口有限公司	100%
7	北京桃源溪谷度假村有限公司	30%
8	北京峨嵋苑科技服务有限公司	100%
9	北京丫髻山金谷科技发展有限公司	100%
10	北京丫髻山房地产开发有限公司	100%
11	北京洛娃农业生态园有限公司	100%
12	北京京东道生态旅游开发有限公司	100%
13	北京金潮玉玛丫髻山森林酒店有限公司	100%

注：2014 年上半年，上表中的北京金潮玉玛国际酒店有限公司、北京金潮玉玛丫髻山森林酒店有限公司和北京京东道生态旅游开发有限公司等三家企业由于发生股权转让，已不再纳入公司合并报表范围。

附件 1-3 组织结构图



附件 2 主要财务数据及指标

项目	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年 6 月
财务数据				
现金类资产(亿元)	3.03	4.94	9.35	15.85
资产总额(亿元)	81.72	92.32	100.12	104.40
所有者权益(亿元)	58.64	65.79	68.59	72.07
短期债务(亿元)	17.22	21.74	23.44	28.11
长期债务(亿元)	3.48	2.58	1.68	1.38
全部债务(亿元)	20.70	24.32	25.12	29.49
营业收入(亿元)	32.77	36.11	48.60	27.28
利润总额(亿元)	13.15	7.87	5.93	4.02
EBITDA(亿元)	14.96	10.43	9.44	--
经营性净现金流(亿元)	0.63	1.40	8.87	3.98
财务指标				
销售债权周转次数(次)	4.41	3.12	4.36	--
存货周转次数(次)	2.65	2.84	5.14	--
总资产周转次数(次)	0.44	0.41	0.51	--
现金收入比(%)	109.42	77.97	114.25	107.35
营业利润率(%)	23.61	26.00	19.93	21.67
总资本收益率(%)	16.93	9.46	6.64	--
净资产收益率(%)	21.64	10.87	7.22	--
长期债务资本化比率(%)	5.60	3.77	2.39	1.88
全部债务资本化比率(%)	26.09	26.99	26.80	29.04
资产负债率(%)	28.24	28.73	31.49	30.97
流动比率(%)	130.86	138.08	139.85	149.99
速动比率(%)	76.91	104.19	114.53	125.78
经营现金流动负债比(%)	3.20	5.86	32.14	--
EBITDA 利息倍数(倍)	15.55	7.38	6.31	--
全部债务/EBITDA(倍)	1.38	2.33	2.66	--

注：2014年上半年财务数据未经审计；2014年6月底计入其他流动负债的短期融资券已计入短期债务。

附件 3 有关计算指标的计算公式（新准则）

指 标 名 称	计 算 公 式
增长指标	
资产总额年复合增长率	(1) 2 年数据: 增长率= (本期-上期) / 上期×100% (2) n 年数据: 增长率=[(本期/前 n 年) ^{1/(n-1)} -1]×100%
净资产年复合增长率	
营业收入年复合增长率	
利润总额年复合增长率	
经营效率指标	
销售债权周转次数	营业收入/ (平均应收账款净额+平均应收票据)
存货周转次数	营业成本/平均存货净额
总资产周转次数	营业收入/平均资产总额
现金收入比	销售商品、提供劳务收到的现金/主营业务收入×100%
盈利指标	
总资本收益率	(净利润+费用化利息支出) / (所有者权益+长期债务+短期债务) ×100%
净资产收益率	净利润/所有者权益×100%
营业利润率	(营业收入-营业成本-营业税金及附加) /营业收入×100%
债务结构指标	
资产负债率	负债总额/资产总计×100%
全部债务资本化比率	全部债务/ (长期债务+短期债务+所有者权益) ×100%
长期债务资本化比率	长期债务/ (长期债务+所有者权益) ×100%
担保比率	担保余额/所有者权益×100%
长期偿债能力指标	
EBITDA 利息倍数	EBITDA/利息支出
全部债务/ EBITDA	全部债务/ EBITDA
短期偿债能力指标	
流动比率	流动资产合计/流动负债合计×100%
速动比率	(流动资产合计-存货) /流动负债合计×100%
经营现金流动负债比	经营活动现金流量净额/流动负债合计×100%

注: 现金类资产=货币资金+交易性金融资产/短期投资+应收票据

短期债务=短期借款+交易性金融负债+一年内到期的长期(非流动) 负债+应付票据

长期债务=长期借款+应付债券

全部债务=短期债务+长期债务

EBITDA=利润总额+费用化利息支出+固定资产折旧+摊销

利息支出=资本化利息支出+费用化利息支出

企业执行新会计准则后, 所有者权益=归属于母公司所有者权益+少数股东权益

附件 4 主体长期信用等级设置及其含义

根据中国人民银行2006年3月29日发布的“银发〔2006〕95号”文《中国人民银行信用评级管理指导意见》，以及2006年11月21日发布的《信贷市场和银行间债券市场信用评级规范》等文件的有关规定，主体长期信用等级划分成三等九级，分别用AAA、AA、A、BBB、BB、B、CCC、CC和C表示，其中，除AAA级，CCC级（含）以下等级外，每一个信用等级可用“+”、“-”符号进行微调，表示略高或略低于本等级。

级别设置	含 义
AAA	偿还债务的能力极强，基本不受不利经济环境的影响，违约风险极低
AA	偿还债务的能力很强，受不利经济环境的影响不大，违约风险很低
A	偿还债务能力较强，较易受不利经济环境的影响，违约风险较低
BBB	偿还债务能力一般，受不利经济环境影响较大，违约风险一般
BB	偿还债务能力较弱，受不利经济环境影响很大，违约风险较高
B	偿还债务的能力较大地依赖于良好的经济环境，违约风险很高
CCC	偿还债务的能力极度依赖于良好的经济环境，违约风险极高
CC	在破产或重组时可获得保护较小，基本不能保证偿还债务
C	不能偿还债务

联合资信评估有限公司关于 洛娃科技实业集团有限公司 主体长期信用的跟踪评级安排

根据有关要求，联合资信评估有限公司（联合资信）将在洛娃科技实业集团有限公司主体长期信用等级有效期内每半年进行一次定期跟踪评级，并根据情况开展不定期跟踪评级。

洛娃科技实业集团有限公司应按联合资信跟踪评级资料清单的要求，提供相关资料。洛娃科技实业集团有限公司如发生重大变化，或发生可能对信用等级产生较大影响的重大事件，应及时通知联合资信并提供有关资料。

联合资信将密切关注洛娃科技实业集团有限公司的经营管理状况及相关信息，如发现洛娃科技实业集团有限公司出现重大变化，或发现其存在或出现可能对信用等级产生较大影响的重大事件时，联合资信将落实有关情况并及时评估其对信用等级产生的影响，据以确认或调整主体长期信用等级。

如洛娃科技实业集团有限公司不能及时提供跟踪评级资料，导致联合资信无法进行全面分析并判定信用等级，联合资信有权撤销信用等级。

在跟踪评级过程中，如洛娃科技实业集团有限公司主体长期信用等级发生变化调整时，联合资信将在本公司网站予以公布，同时出具跟踪评级报告报送洛娃科技实业集团有限公司、主管部门、交易机构等。

