

# 雪球访谈

力推定坤丹，怎么看广誉远？

2017年12月01日

**雪球**

聪明的投资者都在这里

## 免责声明

本报告由系统自动生成。所有信息和内容均来源于雪球用户的讨论，雪球不对信息和内容的准确性、完整性作保证，也不保证相关雪球用户拥有所发表内容的版权。报告采纳的雪球用户可能在本报告发出后对本报告所引用之内容做出变更。

雪球提倡但不强制用户披露其交易活动。报告中引用的相关雪球用户可能持有本报告中提到的公司所发行的证券并进行交易，也可能与这些公司或相关利益方发生关系，雪球对此并不承担核实义务。

本报告的观点、结论和建议不构成投资者在投资、法律、会计或税务等方面的任何操作建议。投资者应自主作出投资决策并自行承担投资风险，根据本报告做出的任何决策与雪球和相关雪球用户无关。

股市有风险，入市需谨慎。

## 版权声明

除非另有声明，本报告采用知识共享“署名 3.0 未本地化版本”许可协议进行许可（访问 <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/deed.zh> 查看该许可协议）。



# 访谈嘉宾



弹指散花

## 访谈简介

\$广誉远(SH600771)\$始创于明嘉靖二十年（公元1541年），距今已有470余年的历史，在清代曾与广州陈李济、北京同仁堂、杭州胡庆余堂并称为“四大药店”，本期访谈我们请到了广誉远研究达人@弹指散花来与大家交流探讨~

公司主导产品“龟龄集”和“定坤丹”现为国家级保密品种，龟龄集酒是我国明、清两朝皇帝的“御用圣酒”，至今已有450年历史，乾隆皇帝多次盛赞“龟龄集乃补酒至尊”。定坤丹，始于乾隆四年（1739），太医院集全国名医修《医宗金鉴》，同时拟出治疗宫女经血不调的药方，即定坤丹，列为“宫帙圣药”。

公司前三季度实现营收7.38亿，同比增长18.94%，净利1.04亿，同比增长129.85%，预计2017年1-12月归属于上市公司股东的净利润同比上年将大幅提升，目前市值141亿。

那么在疯狂给定坤丹投放广告后广誉远的营收能否见增？未来增长动力主要靠什么？速来提问~

利益披露：@弹指散花持有\$广誉远(SH600771)\$。

免责声明：本访谈基于嘉宾认为可靠的已公开信息，但嘉宾无法保证信息的准确性或完整性。在任何情况下，本访谈中的信息或所表述的意见不构成对任何人的投资建议，投资决策需建立在独立思考之上。

[\(进入雪球查看访谈\)](#)

本次访谈相关股票：广誉远(SH600771)

以下内容来自[雪球访谈](#)，想实时关注嘉宾动态?立即[下载雪球客户端](#)关注TA吧!

[问] 浩清:

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：广誉远的”龟龄集“和”定坤丹“与东阿阿胶的产品定位有什么不同？东阿阿胶发展了十年，现在应该比较好的时期，但目前市值只有400亿不到，同仁堂市值也只有440亿。而广誉远才刚刚开始发力1-2年，市值已经达到140亿以上，你觉得5年以后广誉远市值可以超过500亿以上吗？

[答] 访谈小秘书:

回复@弹指散花: //@弹指散花:回复@浩清:一，东阿阿胶没有唯一性，市面上还有福牌、同仁堂等诸多品牌，东阿阿胶只能依靠高定价来拉开消费者的消费心理，维持“最好的就是最贵的”消费心理，但广誉远的龟龄集是独门药方，定坤丹也有绝对的占有率和认知度，接近于独门药方，牛黄清心丸与安宫牛黄丸也仅有同仁堂、广州中一、天津达仁堂等数家企业。在这方面，广誉远占尽优势。

二，市值（或股价）是基于对未来的预期，阿胶与同仁堂历年以来的增长率已相当低，仅是个位数水平，其中东阿阿胶更是在不断提价的前提下实现的小幅增长，而广誉远虽然基数仍小，但营收的增长高达100%或70%，处于飞速增长期，随着基数的扩大，未来增长率会有所下降，但仍将是传统中药上市公司中发展最快的一家，并预计能保持好几年。因此，他们处于不同的估值体系之下。

三，广誉远能否在五年后达到500亿元市值？500亿元市值对于一家过了飞速增长期的传统中药企业而言，意味着要有15亿元左右利润才可以支撑，今年广誉远的利润预计为2亿元，明年约在3-4亿元之间，按年均30-40%的速率增长，五年后的确有实现的可能性，相信这也是广誉远和东盛集团追求的目标。

[问] 浩清:

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：广誉远的”龟龄集“和”定坤丹“与东阿阿胶的产品定位有什么不同？东阿阿胶发展了十年，现在应该比较好的时期，但目前市值只有400亿不到，同仁堂市值也只有440亿。而广誉远才刚刚开始发

力1-

2年，市值已经达到140亿以上，你觉得5年以后广誉远市值可以超过500亿以上吗？

[答] 访谈小秘书：

回复@弹指散花：//@弹指散花：回复@代表太阳消灭你：这里我的表述不够准确，传统中药五股均是我长期关注的对象，阿胶今年利润增速是个位数，营收增速是12%略多。我要表达的意思是以阿胶、同仁堂、云南白药等年均二成左右或多或少的年均增速，和处于飞速迅猛发展中的广誉远，其市盈率估值不在同一个体系内。

[问] 奔跑的风子：

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：龟龄集酒市场营销方面具体进展如何？

[答] 访谈小秘书：

回复@弹指散花：//@弹指散花：回复@奔跑的风子：据我所知，在浙江台州温岭已开始进行试验田式样的铺货销售，具体销售情况我没有详细掌握，本周末正好去台州出差，准备去实地踏访一下，但我相信在上市公司没有对龟龄集酒进行营销发力的前提下，率先在餐饮店铺货，是无法取得良好的效果的，因为没有广告的提前关注，消费者能难会接受一瓶没听说过没看到过的酒品。明年新厂投产后，酒车间将贡献足够充足的产能，养生酒一定会发力，并在全国进行铺货，浙江台州的试验无论成效如何，都将提供宝贵的经验。

[问] 二狗子QAQ：

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：12月的解禁是否需要注意？另外员工持股进展如何？

[答] 弹指散花：

12月将解禁的2450万股定增价为35.19元，资金成本约在38元左右（据闻内部有约8%的保底承诺收益但无法证实），这个解禁我认为是一把双刃剑，从解禁股的成本，以及解禁的时间节点临近年报预告来看，也许不必过度重视它。员工持股计划已

经买入五千多万元，还有二亿多尚待买入，目前运行的价格区间应该处于员工计划的买入预期价格附近。当然，对于加了三倍杠杆以及大股东保本金保收益（在完成今年考核任务的前提下）的角度来看，自然是成本越低越有利，在建仓期对股价是有短期影响的。但这些短期因素会随着时间的推移一点点消化掉，短线方面有影响，中长线影响不大。

[问] 羊羊007:

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：就定坤丹的确定性比起片仔癀和马应龙差很远啊，请问您怎么看？

[答] 弹指散花:

定坤丹的确定性怎么可能比马应龙和片仔癀差很远呢？后者都是我国传统中医药中的宝贝，也是晚长期关注的股票，尤其是片仔癀，是我十分钟爱的公司，但是，定坤丹在启动OCT战略以来，营收的快速增长，以及知名度从无到有的提升和扩散，所占公司营收与利润的比例的提升都是有目共睹的，今年以定坤丹为代表的传统中药增长率约在七成左右，市场前景仍然十分广阔。他们都是好东西，横向比定坤丹的确定性和爆发力一点也不落后，甚至更加值得期待。

[问] 孤独捕猎者:

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：1.请详细谈谈公司的主导产品“龟龄集”和“定坤丹”的制作工艺及功效，给投资者科普一下。公司还有其他哪些主要产品？它们的原材料成本是否高？能否出现瓶颈的可能？2.产品几乎没有在药店看见，甚至同仁堂这样的大药店也不见，请谈谈公司目前的销售推广模式，这个模式是否合理？在销售推广的执行力方面是否没有做到位？谢谢

[答] 弹指散花:

龟龄集与定坤丹的制作工艺，作为业余投资者，我没有专业的知识可供讲述，功效你可以向上市公司咨询，但我了解到广誉远秉承的是传统炮制工艺，是真实可信的，在太谷老厂内，依然保留着十分原始的手工操作工艺，实际上这对药品质量保持和公司

形象的树立是有益处的，明年新厂投产后，有一些非关键性工艺会实行机器替代，从而降低人工成本，提升生产效率，对降成本增利润是有利的，但对一些涉及到品质的烧炭、土埋、水润、升炼等必须要人工来完成的关键工艺还是会保留原始的传统操作技艺，“古法炮制”的根本不会改变，这仍将是广誉远的一项核心竞争力。除了目前传统四大件以外，广誉远还有一百多项传统中药配方批文，也是以前山西中药厂的时候都生产过的，其中目前支撑起同仁堂绝大部队销售的十大名方中，很多广誉远也有批文，但目前集中精力做定坤丹，暂时不会分精力去运作这些药品，但以后相信在时机成熟的时候会启动一些有前景的药方，譬如西黄丸、保婴散等，慢慢丰富产品线，但肯定是一个长期的过程，暂时不在公司考虑之内。销售模式对于精品中药、传统中药和养生酒，采取的是不同的销售方法，在中报和年报中都有介绍，我相信公司在这方面是取得了不少经验的，但肯定也有一些不尽如人意的地方，相信公司也在不断地调整、学习、精进，必竟是刚刚起步运作，要给他们一点时间。目前来看，这个团队是有战斗力的，曾经成功动作过盖天力和白加黑的老团队，虽然不尽然仍是原班底，但根基还在，郭总还在，张斌总还在。对于广誉远药品不如同仁堂那么多见，这是正常的，给他们一些时间吧！话也说回来，如果现在出门就能见到广誉远的招牌，那也不是现在100多亿的市值了。值得一提的是，山西中药厂（山西广誉远前身）曾一度在全国中药企业界的营收体量和同仁堂不相上下的，沉寂多年之后才复苏，这有一个过程。

[问] 左右打脸：

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花 医药行业人士说：营销模式存在问题？铺货率面均低走专柜还是类似于专卖店？专卖店也没开好多家况且又是重资产不如专柜形式来的快

[答] 弹指散花：

您所说的精品店专卖店模式，是针对精品中药系列，而这是广誉远三大系列之一，目前在营收总量中仍占有相当比例，但已不再是营收的主力，也应该不是未来几年主要的发力方向。精品中药定价太过昂贵，我个人认为，这在当年定价时应该有所失策，可能是有点学极草的模式，走社群营销的路线，后来的八项规定，对它也是一个打

击，目前应该有点骑虎难下，但这个产品线也是不可或缺的，在传统中药的基础上，给更高端的人士提供一种更加高品质的选择，也形成了一批忠实的消费群。另外，精品店虽然卖的上市公司的产品，但店铺本身不在上市公司体系内，上市公司仅少量参股10%左右，也不并表。定坤丹OCT战略走的是“好孕中国”专柜的店中店模式。应该把关注的重点转移到传统中药和明年的的养生酒上来。

[问] 平常心150706:

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花 说: 公司未来三年的计划是什么，有怎样的规划？

[答] 弹指散花:

我没听说过广誉远的三年规划，但是知道去年年底为今年制定的目标，以及东盛收购广誉远时所制定的“销售百亿，市值千亿”的十年蓝图，个人认为，目标订的有点高，投资者的心理预期被锚定在较高的水平，从每季的运行情况分析，个人认为完全实现的可能性并不大，但是公司的确在付出巨大的努力，也取得了十分可喜的成绩，我认为不必过份苛责，就算实际运行与目标有所差距，以目前的实际水平来看，这也算是一份骄人的答卷，毕竟一切都刚刚开始，要给他们一些时间来不断调整不断学习不断进步。就算到最后完成目标的一半以上，也是了不起的成绩啊！公司用高速增长的业绩去追赶虚高的股票估值，还在进行中，我认为，业绩与估值，明年将接近于接轨了。

[问] 慢工出细活儿:

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花 说: 广誉远定坤丹广告投入很大，是否达到了预期的营销效果？新厂增加的产能是否全部被市场消化？定坤丹的广告投入会不会逐年增加？每年预计投入的产品宣传费用是多少？

[答] 弹指散花:

定坤丹OCT水密丸是广誉远目前集中人力、物力、财力、精力做大做强的单品，在力量还不是太强大的时期，精力分散也不见得是个有成效的方法，将力度集中于一点，

我个人认为是正确的策略。公司今年定坤丹的销售目标订地十分高，实际情况来看与目标可能有些差距，但今年的经验与教训，是明年进一步努力的基础。整体营销的成果，从销量的反映来看，符合我个人的预期，我觉得现在的业绩已经十分可贵。老厂目前的产销率接近百分百，新厂的产能在现在基础上有数倍的扩大，打破产能瓶颈，但是不可能投产后所有的产能马上就被市场消化，这应该是一个慢慢发展的过程。广告投入肯定会持续下去，只会增加不会减少，公司远没有到定速巡航期。

[问] 慢工出细活儿：

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：一部孙红雷先生主演的“好先生”让“江小白”红遍大江南北，变得家喻户晓，这是广誉远应该借鉴的，实际广誉远“好孕中国”的切入点很好，只是在宣传手法上没有前者那么高明，希望企业找找高人，进一步把营销搞上去，疗效那么好应该惠及更多需要的人。

[答] 弹指散花：

对，广誉远团队的营销水平也是可圈可点的，给人耳目一新的感觉，影视剧的植入一直是广誉远的强项，也取得了很好的成效和经验。在沉寂了很长时间之后，品牌知名度正在慢慢发酵。

[问] 杨小刚666：

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：你认为将来利润来源最大的部分是哪一块？作为医药企业，应该具备1-2个大品种来贡献稳定的利润，但目前广誉远好像还没有形成大品种，你怎么看？此外，龟龄集酒作为保健类的快消品的话，要想有较大较快的爆发，营销费用的大笔投入是必不可少的，但这也同样意味着风险，品牌推广不达预期，这种风险有多大？我了解到，目前龟龄集酒公司已经自建营销团队进行推广，明年也是自己来推，但目前负责的营销团队是做济南轻骑全国营销的团队，这种跨界，不知道效果怎么样？

[答] 弹指散花：

利润最大的来源是传统中药板块，其中占比最大的是集中精力在做的定坤丹OCT水蜜

丸且占比仍在扩大。广誉远目前各产品相对还算均衡，龟龄集产品相对于定坤丹是处于自然生长状态，依然占有相当大的比重，安宫牛黄丸为主的“两丸”也占去年营收的17%，其中安宫占12%左右，据了解，今年以来，安宫牛黄丸的增长率约为四至五成。但是我相信，随着定坤丹营销的不断推进，这个单品所占的比重会不断提升（扣除养生酒板块），直到达到一定体量后，开始发力龟龄集及其它产品（目前是处方药，但存在着改为OCT进行推广的可能性）。养生酒肯定是公司明年和未来一个重要的希望之所在，在前期公司也投入了很大的精力在做前期的工作，目前已有浙江沿海地区的试验田，我相信公司会在有充分把握的前提下才会一步步向前走。就产品本身而言，养生酒是颇具潜力的，和颈酒相比，更加高端但没有脱离平民消费能力，更有劲酒所没有的老字号、非遗、宫廷等光环，竞争对手单一，运作成功的可能性很大。至于跨界营销，也是公司的种种尝试中的一种，相信他们会不断总结，如果有成效，自然会继续运作下去，在初期阶段，这种不拘一格的尝试都是有必要的，有些弯路必须要走，这是摸索与探索的过程，也证明了他们的确在动脑子在做事。

[问] 杨小刚666:

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：广誉远的龟龄集据我了解，在上海、成都的药店都很少有铺货，顾客需要的话，可以调货，而且定位于高端精品中药，市场的需求量有多大呢？同时，龟龄集又不能像白药、阿胶那样做广告，这个瓶颈怎么打开？

[答] 弹指散花:

缺货和调货的现象我也在今年遇到过，老厂目前产能利用率相当高，有时生产了这个，就要停产那个，丸剂生产线共用，国庆节时公司公告了丸剂二车间通过GMP认证后投产，这是山西厂在原基础上挖产能，在新厂投产延后的前提下，不至于出现产能瓶颈。高端精品中药，是三大产品线中不可或缺的一环，也是公司形象与产品形象的体现，但目前受制于目标消费群狭小，以及传统中药的推广，对精品中药也存在一定的挤压，所以发展有停滞迹象，但是我认为不必太在意这一板块的情况，能维持就可以了，传统中药和养生酒才是公司现在和未来几年的主要用力点和增长潜力来源。在集中精力做定坤丹的当下，龟龄集的营销还没有大规模展开，它是处方药，无法进行

广告宣传，但是定坤丹以前也是处方药，OCT战略启动也仅仅只有两年，龟龄集从药品特性来看，未来也存在着启动OCT改造后进行广告营销的可能性，我相信公司会走这个路线，只是一步步走的前后顺序和时机问题。

[问] 杨小刚666:

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：广誉远的精品中药战略，能否像茅台、阿胶那样，各种因素形成价越高越有人买的效果呢？我觉得，广誉远的二级市场表现同样也能带来品牌效应，如果广誉远的股价表现越来越好，应该会对广誉远品牌形成良性推动吧，进而促进产品的销量，当然股价上涨的核心逻辑还是来自于利润增长。另外，老板郭家学一度折翼，我认为是沉迷于资本运作过深，最近对他的正面报道不少，我一直担心他资本运作的玩心不减，不能踏踏实实做实业，特别是目前的广誉远，更需要沉下心来慢慢经营，你怎么看？

[答] 弹指散花:

郭老板已反复表示放弃以前的思路，将目标由五百强企业，改成了五百年企业，重回到以前高负债玩资本运作的可能性，几乎不存在了。郭老板的目标和我们一样，通过几年的时间，要把广誉远打造成百元股，甚至提出市值千亿的蓝图，一度折翼的曲折经历，在某种角度来看，已成为广誉远的一种财富，相信郭家学与张斌兄弟俩，会踏实地把广誉远一点点做好。集中精力做大做强广誉远，这是守的一方面；做大做强的方法多种多样不拘一格，这是攻的一方面；几个传统中药股中唯一的一个民营企业且拥有一个极具战斗精神的销售团队，这也是广誉远的一大亮点。至于二级市场表现，个人认为，公司股票多年以来估值高企，2014年前营收多年停留在两个多亿元低水平，扣非净利润常年亏损，但市值都有六七十亿元，是基于市场对广誉远未来前景给出较为慷慨的估值，但这需要广誉远用实际的业绩成长来加以佐证。公司营收真正开始启动是2014-2015年，到2016年开始正式向上发力加速，股价在此其间，平滑掉极端牛市的影响以外，仅是以一个角度较平缓的上升通道来表达内在的高速成长，是业绩与先前虚高的估值之间一个逐渐接轨的过程。今年完成年度利润2亿元左右，市盈率将首次降到一百倍以内，我个人推断明年利润可以达到三亿或更多，那么市盈率进一步摊低到四十多倍，跟片仔癀的目前的估值将基本持平，如果明年能实现四亿的业绩

承诺（个人认为有难度，但如果养生酒能运作成功，也有希望实现的），那么动态市盈率仅有35倍，而35倍的PE对应超高速增长，明显是实现了估值与业绩的接轨了。当然，对于明年的业绩，仅是出于个人的预测，还是要根据公司分季推进的情况来一步步验证的。

[问] 杨小刚666:

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：广誉远在品牌推广--获得消费者认同--转化为销售方面，有何具体措施？

[答] 弹指散花:

这个在公司的中报和年报中已有详细的描述。今年广誉远的营收额将大概率超过十亿元，而片仔癀在扣除掉医药商业之后的真实营收也只有十几亿元，实际上广誉远将营收从2014年的两三亿元，运作到今天的超十亿，品牌推广和消费者的认同转化为销售，是有十分可喜的成绩的。

[问] 笑嘻嘻的猫:

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：关于四大药店，民间有还几个版本，关于国家保密配方，也没有权威的政府认证机构。这两个方面是否可以看成基本属于公司自吹自擂？第二，公司老板的诚信问题，怎么在资本市场洗清白，尤其是结合老板的负债和公司股价走势的非异常？第三，定坤丹的销售靠打广告能否像白加黑一样创造销售传奇，龟龄集的市场定位有没有问题？第四，公司的销售策略（渠道、价格）为何如此混乱？第五，为了完成业绩承诺，是否有粉饰业绩的嫌疑？

[答] 弹指散花:

这个我个人认为不必太纠结，如同茅台和汾酒关于巴拿马博览会上到底谁得的奖也有争论，但人们定型在那样一种认知上，就成了即成事实了。郭总的负债问题，小篇幅也难于说清，但我认为，八年清理了四十几亿元的债务并解除了担保，这是个不争的事实，ST东盛也没有像诸多股票那样卖壳了事，现在郭总也无重大的债务缠身，而且我也了解到当地政府和金融业界对其出售资产清债的事情是十分赞赏并在后来的ST东

盛向广誉远转型运作过程中提供了帮助的，我认为不存在让资本市场洗白其诚信的问题，很多网上的攻击都是无事实根据的，根源是对整个事实的来龙去脉不够深入了解，当然我相信也包括当年一些东盛科技到ST东盛的过程中遭受股票投资损失的失意者，这也可以理解，但一切都已过去。龟龄集精品的定价过高存在着一定的问题，但普通装的定位我认为没有问题。渠道与价格目前来看的确有些混乱，可以向公司反映，希望能慢慢梳理清晰。我认为报表的业绩是有充分真实性的，三季度数据有滞增现象，公司的解释是进行了应收款的管控，我认为这肯定是一个方面，公司对应收款进行管控的背后，应该是试图在改变在销售渠道中的相对弱势地位，但另一方面，进了技术性处理的可能性也存在，三季度是无需审计的。您也可以这么来看，以前的报表，也许有些许粉饰，或渠道铺货提前确认等，但三季度就是一次去伪存真，且经过本人长期地跟踪，我认为，经过平滑后，是能代表公司的真实运行情况的，季度性调节也不必太苛责。

[问] 杨瀚渊：

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：关于黄河药厂的情况，您知道多少？

[答] 弹指散花：

黄河药厂是广誉远老厂长（也是功臣）杨巨奎老先生从广誉远退休后创办的企业，杨老长期在山西中药厂（广誉远前身）任上，在山西当地名声卓著，所以每年到黄河厂购药的政商人士络绎不绝，这是不争的事实，但这仅限于非正式的销售，无法形成在规模商业销售（估计也没有相应的生产批文），对广誉远无法形成重要的影响。而黄河厂现在公开生产销售的正式产品系列，与广誉远的药品系列不存在冲突。例如，我所看到的黄河厂的安宫牛黄丸，有“仅限内部使用”的字样。

[问] 薄荷小镇：

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：请问花大，有没有疗效？疗效怎么证实？用户重复购买、回购率高吗

[答] 弹指散花：

无论龟龄集还是定坤丹，针对适用的人群，的确疗效显著，这是我多年草根观察的结论，尤其是定坤丹，我个人对这个单品的效果抱有极强的信心，特别值得一提的是，定坤丹对于更年期女性的调理，不易上火是显而易见的。广誉远的药，很多都是半药半滋补，而上火是很多滋补品的共同问题，但广誉远的传统炮制方法，比如姜炭的烧制技艺等，去除了药品中的火性，而保留了其它所需的药性，是十分可贵的。当然，仅针对广誉远的定坤丹，其它打酱酒的肯定不会是这样，广誉远安坤丹的工艺是保密的，公开的只是配方。定坤丹水蜜丸的回购率目前猜测有40%或稍多，并已形成一定体量的长期忠实用户，同时在女生中的扩散性也在显现，这是我观察到的事实。

[问] 价投趋势交易者：

关于\$广誉远(SH600771)\$，对@弹指散花说：公司明年的利润预期4.3亿，否则大股东就要利润补偿，那么明年的公司策略是否需要激进，明年的计划管理层是否也应该提前布局？

[答] 弹指散花：

明年4.3亿是针对山西工厂作出的承诺，而上市公司并表的是96%左右，以及还要抵销一些其它项目型子公司的小额亏损，归属上市公司的利润应该在四亿元左右。其次，我认为以目前的情形，依靠精品中药和传统中药，就算延续快速增长，也难于实现如此高的业绩承诺，因此希望之所系就在于养生酒板块了。但是，据我了解，新厂通过认证后开工应该是明年五六月份之后的事情了，只有半年多一些的时候，难道要一股脑儿生产出来，然后向全国铺货，就来粉饰业绩吗？我已做好公司完不成该承诺的打算，但就算完不成，也不代表差到哪里去，只是没有去年那时想的那么好而已。

(完)

以上内容来自[雪球访谈](#)，想实时关注嘉宾动态？立即[下载雪球客户端](#)关注TA吧！

# 没别的 就是比人聪明



雪球

聪明的投资者都在这里