



能源强省，产业兴滇，立足云南，互联周边

# 云南能源投资股份有限公司

## 2017年分析师交流会

2017年4月

# 免责声明

- 本报告包含某些前瞻性陈述。许多风险和不确定性可能导致实际的结果在本质上不同于前瞻性陈述中提供的结果。
- 本报告中所载的预测性描述代表本公司截止本公布日止的立场。尽管本公司预测日后事件及发展可能导致本公司立场有所改变，但本公司明确卸弃对这些预测性陈述作出更新的任何责任（适用法律规定的除外）。
- 公布日期后的任何日期起，不应依据这些预测性陈述作为代表本公司的立场。

# 目录

1

公司简介

2

企业发展

3

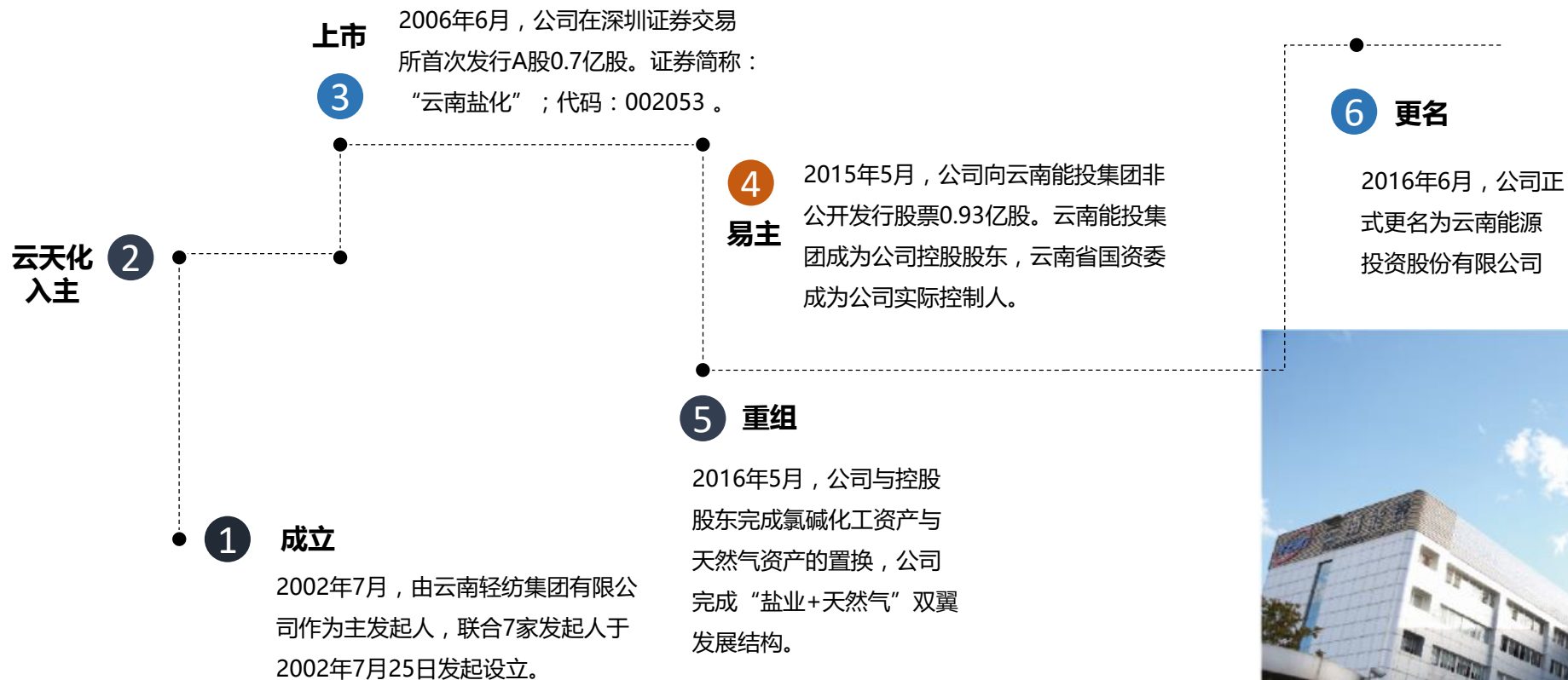
核心优势

4

战略规划



## 公司历史沿革





## 竞争优势

### 资源优势

公司已控制了云南省主要的盐业生产资源，取得了制盐生产方面的优势。。

### 产销一体

“以产促销、以销定产，产销联动、双向促进”，完善的产销服务体系，利于提高经营效益。

### 先进技术

精制盐—五效蒸发工艺技术，是目前国际上先进的制盐生产技术。

### 产业链布局

未来，天然气公司在天然气上游气源开发、中游管道输送及下游分销业务的全业务链将极大地提高公司竞争能力、抗风险能力和盈利能力。

### 市场潜力巨大

目前云南省天然气利用程度较低，未来发展潜力巨大。。

### 气源稳定

天然气公司目前的气源主要来自中缅管道，天然气公司已与中石油西南管道分公司达成合作协议，中石油西南管道分公司给予天然气公司在云南省内支线项目管道开口便利和气源支持。

### 品牌优势

常年的生产经营积累有众多优质客户，得到市场认可。白象牌，“云南省著名商标”

### 研发优势

盐业公司技术中心被认定为“云南省省级企业技术中心”，公司致力于加强研发力度，提高技术创新能力，以满足消费者多层次、差异化的市场需求。



公司控股股东云南省能源投资集团有限公司是云南省委省政府为加快实施产业强省战略、做大做强能源产业，推动云南经济社会全面协调可持续发展而组建的**省属重要骨干企业**。经过5年发展，集团资产规模、管理能力、盈利水平和核心竞争力持续提升。**力争2020年实现资产1000亿，营收1000亿，管理市值1000亿的目标，成为国家能源领域具有优势竞争力的跨国集团。**



2017年

1月24日，李克强总理到集团调研，对集团发展给予肯定并鼓励集团不断改革创新，获取发展新动能。

2016年

集团明确“建设国家能源领域具有优势竞争力的跨国集团”发展定位，连续第三年入围中国企业500强，位列第313位。完成国际信用评级并达到BBB投资级。

2015年

集团连续第二年入围中国企业500强，位列第349位，在西部省市区能源企业中排名第1位

2014年

集团入围中国企业500强，位列第448位，在省属企业中首家获得主体信用AAA评级。

2013年

集团被正式列入省属国有重要骨干企业

2012年

云南省政府批复同意云南省能源投资集团有限公司

2006年

云南省政府批准更名为云南省电力投资有限公司

2004年

云南省政府批准组建云南地方电力投资有限公司

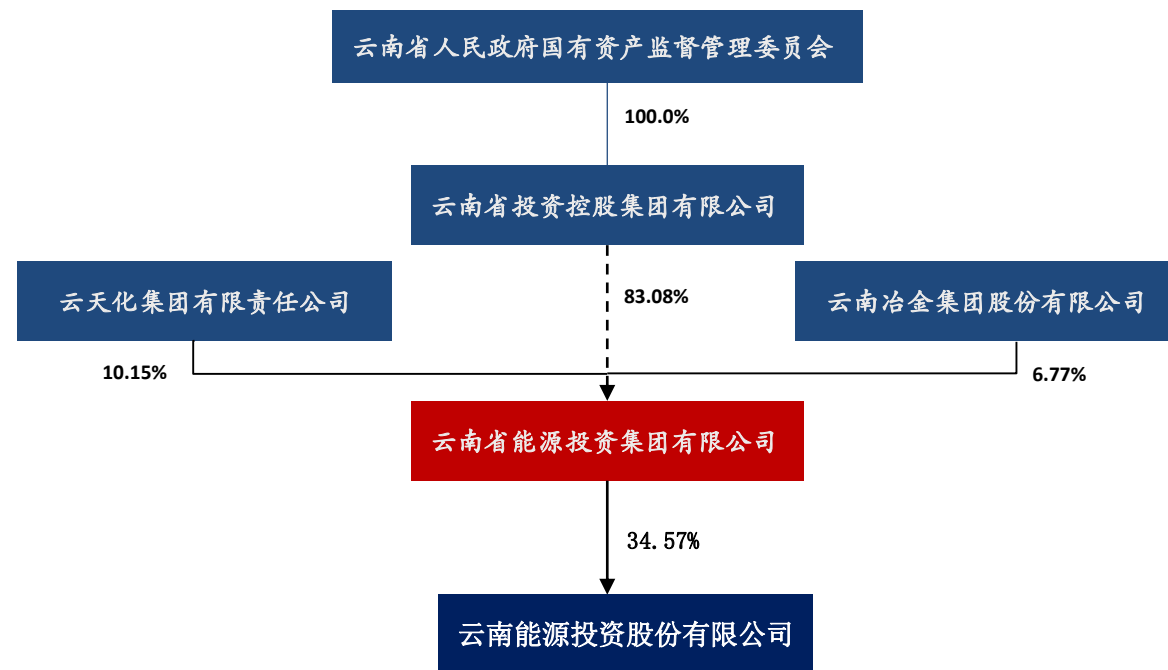
**集团核心发展平台**

**5个省级平台**

|              |            |
|--------------|------------|
| 云南省电力投资有限公司  | 云南省配售电有限公司 |
| 云南省天然气有限公司   | 云南省盐业有限公司  |
| 云南省能源研究院有限公司 |            |

**4大业务板块**

|         |        |
|---------|--------|
| 清洁能源板块  | 金融板块   |
| 服务与贸易板块 | 综合业务板块 |



## 云南省能源投资集团有限公司

### 清洁能源板块

### 金融板块

### 服务与贸易板块

### 综合业务板块

云南省电力投资有限公司

云南能源投资股份有限公司

云南省配售电有限公司

香港云能国际投资有限公司

云能投上海能源开发有限公司

云能投煤业有限公司

云南能投联合外经股份有限公司

云南能源金融控股有限公司

深圳云能基金管理有限公司

云南能投物流有限责任公司

云南能投威士科技股份有限公司

云南能投生物资源投资开发有限公司

云南能投居正产业投资有限公司

云能投怒江州产业开发投资有限公司

云南能投信息产业开发有限公司

云南能投生态环境科技有限公司

云南能投化工有限责任公司

云南能投基础设施投资开发建设有限公司



# 目录

1

公司简介

2

企业发展

3

核心优势

4

战略规划



## 2016年公司业绩情况

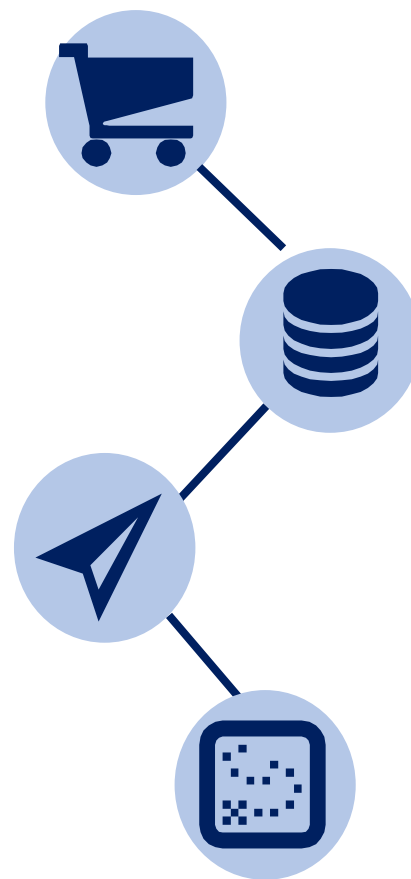
| 项目      | 业绩          |
|---------|-------------|
| 营业收入    | 14.55亿元     |
| 利润总额    | 3.2亿元       |
| 净利润     | 2.7亿元       |
| 资产总额    | 32.73亿元     |
| 利润总额    | 3.2亿元       |
| 生产食盐    | 42.77万吨     |
| 销售食盐    | 39.14万吨     |
| 销售天然气   | 1005.48万立方米 |
| 天然气入户安装 | 9859户       |
| 天然气营业收入 | 5835.35万元   |



## 盐业改革带来行业新格局



### 盐业改革基本原则



### 推进盐业管理改革

## 放开价格 允许跨省销售

- 短期内食盐价格会有所下降
- 竞争力不强的盐企可能会被淘汰
- 省级盐企本地市场受到冲击，同时也可以进入外地市场

## 打破食盐 专营制度

- 专营制度尚未退出历史舞台，将在此基础上推进供给侧结构性改革
- 盐改有两年过渡期，政策落实需要时间

## 黑名单、追溯系 统保障食盐安全

- 国家也会采取多种措施切实维护食盐市场和食盐价格基本稳定，食盐降价还有不小空间
- 食盐监管职能移交给了监管能力更强的食药监等专业监管部门
- 此次改革建立了食盐储备机制，保障食盐安全



- 行业市场化程度提升
- 优胜劣汰，整合兼并
- 品种盐、高端盐抢占市场



- 推广、采用先进技术
- 改进技术工艺
- 提升产品品质
- 加强品牌建设及渠道管理

| 项目     | 情况       | 变化       |
|--------|----------|----------|
| 营业收入   | 32,544万元 | +0.12%↑  |
| 利润总额   | 4,979万元  | +14.09%↑ |
| 净利润    | 4,252万元  | +5.00%↑  |
| 天然气收入  | 3327万元   | ---      |
| 天然气毛利额 | 327万元    | ---      |
| 销售费用   | ---      | +2381万元↑ |
| 财务费用   | ---      | -1174万元↓ |
| 管理费用   | ----     | -4202万元↓ |
| 贵州地区销售 | 2.4万吨    |          |
| 广西地区销售 | 0.77万吨   |          |
| 黔桂两省收入 | 2786万元   |          |

## 媒体报道盐业市场竞争激烈

**盐业跨省经营触动地方利益 每吨食盐获利减少1500元**

频繁扣盐的背后，多家盐企相关负责人向新京报记者表示，是因为食盐跨区域经营触及了当地盐业公司的“奶酪”，造成其利润下降、销量减少。

中盐上海公司一名工作人员阐释，外地食盐的进驻必然对当地食盐产生巨大影响，首先表现在市场份额的减少，“就打个比方，以前盐企一年可以在当地销售100万吨食盐，但外地盐企进入，很可能减少到只能销售60万吨。”这位工作人员声称，其次是利润空间的下降，多种食盐品牌在一个区域内竞争，必然会各自发挥优势，调整价格，导致当地盐企获利空间减小。

该名工作人员还分析，若以一吨加碘盐为例，改革前后，它的零售价格都在4000元左右，但是按照以前的食盐专营方式，地方盐业公司可以获毛利约3000元，改革后地方盐业公司获利将减少1500元，因此，这必然影响到当地盐业公司的利益。

多家盐企也印证了这一说法，湖北蓝天江苏直销处副主任张秀忠告诉新京报记者，“我们的食盐比当地食盐要便宜，像精制盐直接到终端为每吨3375元，这个价格一直很稳定，但当地准盐价格变动幅度大，目前因为外地盐减少，每吨又涨至4000元。”

## 公司开发的多个品种盐类产品

1.打造“白象牌”、“艾肤妮”等食用盐、日用盐和工业盐的品牌形象。

2.努力普通加碘盐、高原深井盐、磨黑井盐、澳洲湖盐、艾肤妮牌日化盐、调味精品盐等多个系列，多品种产品。

3.借助云南“植物王国”优势，开发地方特色产品，推广向全国市场。

4.通过终端、电商、物流配送等多个渠道推广公司品牌。



积极拓展终端渠道，加强与沃尔玛、家乐福等终端渠道合作

公司产品打入超市和电商终端市场



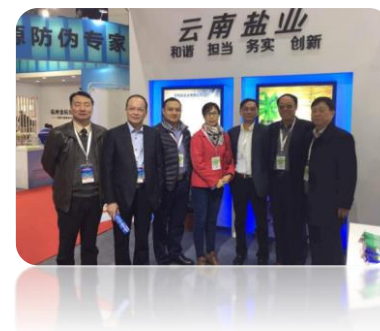
加强与外省省级盐业企业合作，共同开拓盐业市场



公司与贵盐集团、广西盐业签订三省合作协议

加强自身营销团队和营销渠道建设，提升公司核心竞争力

公司加强自身营销团队和营销渠道建设



加强与中国邮政等物流渠道合作



公司加强渠道建设



## 中国天然气产销量情况



## 云南省能源消费结构

| 时间    | 原煤        | 洗精煤       | 焦炭        | 天然气      |
|-------|-----------|-----------|-----------|----------|
| 2013年 | 9435.01万吨 | 1968.25万吨 | 1337.82万吨 | 3.98亿立方米 |
| 2014年 | 8255.24万吨 | 1675.04万吨 | 1174.70万吨 | 4.95亿立方米 |
| 2015年 | 7512.95万吨 | 1267.71万吨 | 853.48万吨  | 6.27亿立方米 |

2015年，中国人均天然气消费量约140立方米，天然气占一次能源消费总量的比重约5.9%，远低于世界平均水平的23.7%。通过更大的政策支持力度，2020年天然气在一次能源消费结构中的占比将达到10%；到2030年，天然气在一次能源消费中的占比将提高到15%左右。

## 现代化市场体系

构建以三大石油公司为主体、不同所有制和不同规模的众多天然气产供销企业并存的“统一开放、竞争有序、诚信守法、监管有力”的现代市场体系

## 市场主体多元化

天然气终端销售领域的多元化已经实现，中央企业、地方国企、民营及港资企业已经实现在终端销售领域的三足鼎立。天然气基础设施建设的多元化正在推进。

## 用气领域更加广泛

全面加快推进天然气在城镇燃气、工业燃料、燃气发电、交通燃料四大领域的大规模高效科学利用，逐步将天然气培育成为我国现代能源体系的主体能源。

## 市场化定价

“十三五”期间，天然气价格的市场化改革将继续推进，市场在天然气价格形成中的作用将进一步增强，供求关系将成为影响天然气价格的决定性因素。。

## 中国天然气进口管线（单位：亿立方米）

| 管线         | 输气能力       | 进口气量      | 投产年份        | 入境地区        |
|------------|------------|-----------|-------------|-------------|
| 中亚A/B线     | 300        | 283       | 2011        | 新疆霍尔果斯      |
| 中亚C线       | 250        | 刚投产       | 2014        | 新疆霍尔果斯      |
| 中亚D线       | 300        | 在线        | 2020        | 新疆乌恰        |
| <b>中缅线</b> | <b>120</b> | <b>30</b> | <b>2013</b> | <b>云南瑞丽</b> |
| 中俄西线       | 300        | 拟建        | 未知          | 新疆          |
| 中俄东线       | 380        | 在建        | 2018        | 黑龙江         |

# 目录

1

公司简介

2

企业发展

3

核心优势

4

战略规划



- 集团落实“气化云南”战略，组建省级天然气发展平台。加大11条支线管网、应急储备站建设和终端市场开拓力度，积极市场化整合天然气资产，提高全省天然气利用率。
- 集团有力推动国有资本投资公司试点改革，重点打造配售电、天然气、电力投资、盐业、能源研究院五大“省级创新发展平台”，为全省电力体制改革、“气化云南”战略实施、盐业体制改革、能源产业创新发展提供有力抓手。

## 云南能投集团领导调研股份公司

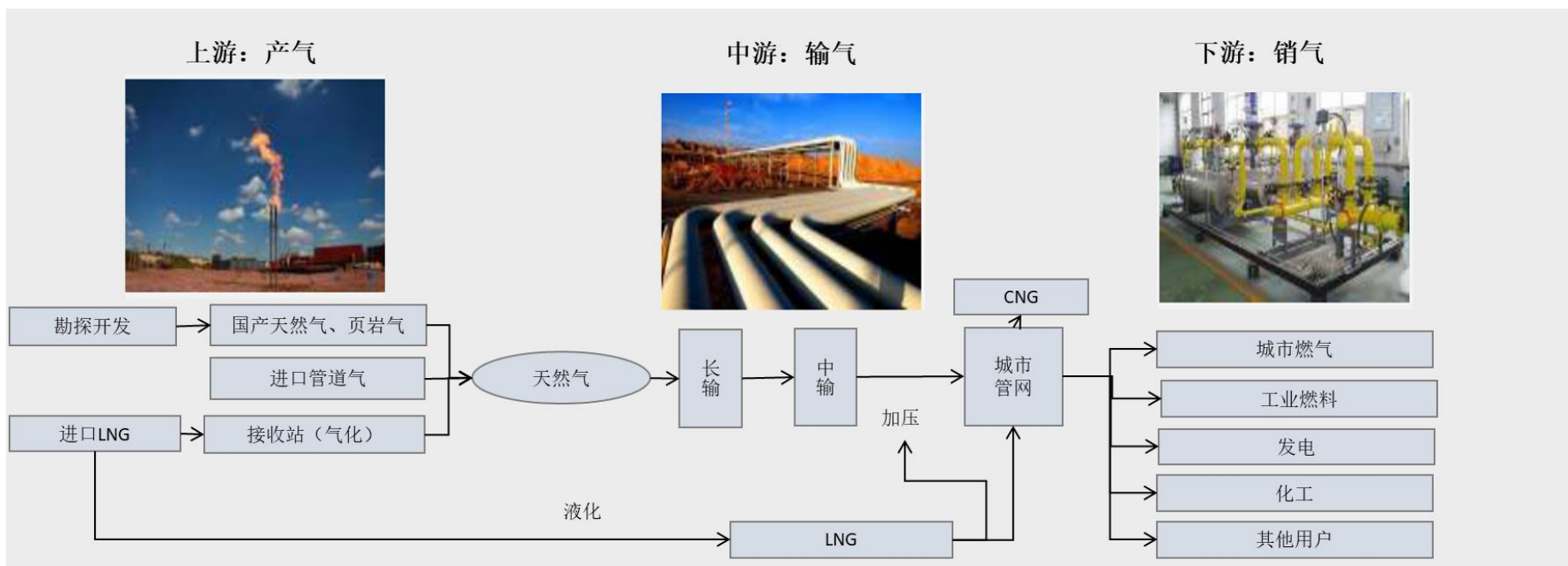


集团宣威丰顺天然气加气站  
Fengshun Natural Gas Station of the Group in Xuanwei City





- 2016年，公司按照集团统一部署，借助集团优势，积极推进云南能投“盐+天然气”双主业快速发展。公司以加强资产证券化步伐、加强公司治理结构及核心竞争力为抓手，积极推进盐和天然气两个省级平台建设。
- 为适应公司未来发展规划及经营发展需要，体现公司未来的发展方向，2016年8月公司正式更名为云南能源投资股份有限公司，证券简称云南能投。



# 目录

1

公司简介

2

现状分析

3

核心优势

4

发展规划

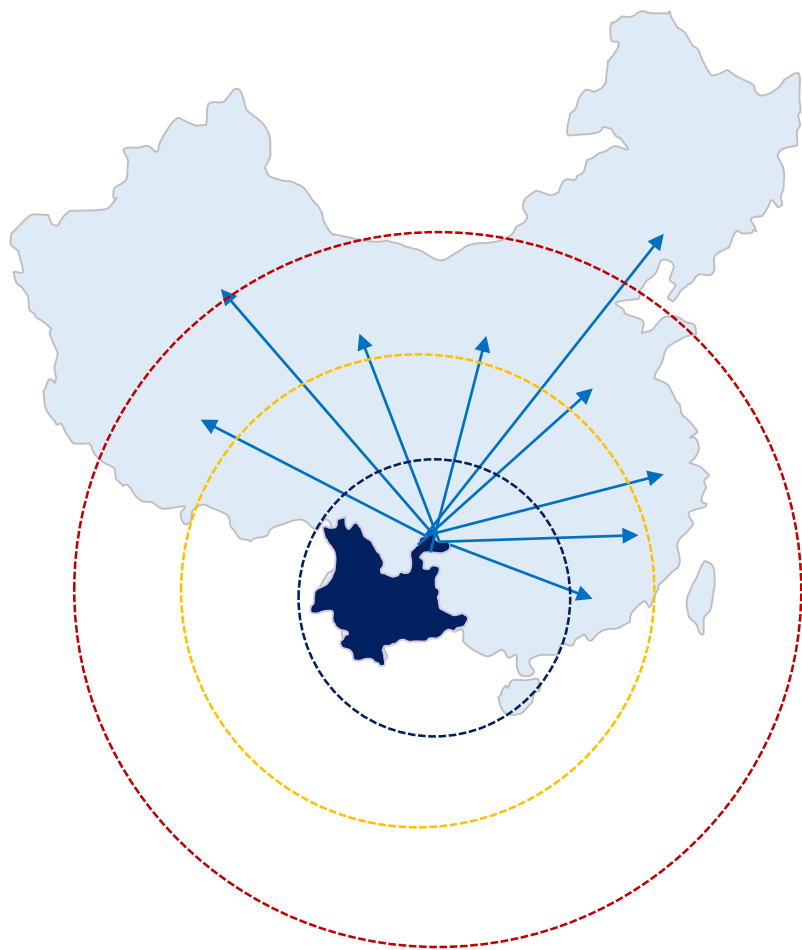




- **营业收入计划**：2017年公司要实现营业收入20亿元。
- **生产计划**：生产盐硝150 万吨。
- **销售计划**：食盐、工业盐销量约为140万吨。售气量7000万方；开户数18000户。

## 发展愿景

力争成为中国前三的盐产业供应链集团和一流的天然气综合解决方案集团。



以云南为起点，逐步走向全国及南亚、东南亚，主要分为三步：

- ❑ 第一步：立足云南，推动公司云南市场深耕，强化市场化涉盐的市场份额和效益；强化对供应链运营平台、资本运作平台、空间战略发展平台的推进；
- ❑ 第二步：走向全国及东南亚、南亚，推动盐矿及相关上下游的全国化，形成品牌、生产、营销、终端的全国化，同时探索国际市场；
- ❑ 第三步：深耕既有市场，机会性发展其他市场，国际贸易进一步复制，产供销一体化模式逐步发展。

## 天然气发展规划及目标

公司将积极争取主导区域产业整合，优化业务布局，抢占优质资源，探索互联网+，追求更高利润增长点。在业务布局与发展方面，深入加强市场端运作开发，紧跟行业改革发展趋势，探索产业链联盟合作发展，同时延伸产业链业务布局，探索多气源保障、多渠道格局、下游用户多元化，做到天然气供给与需求相匹配。公司将积极探索提供综合解决方案，全方位巩固市场，不断提升自身管理能力和业务水平，探索发展新模式。





能源强省，产业兴滇，立足云南，互联周边