2010 China King-Highway (900120) 월간 리포트

2011년 1월

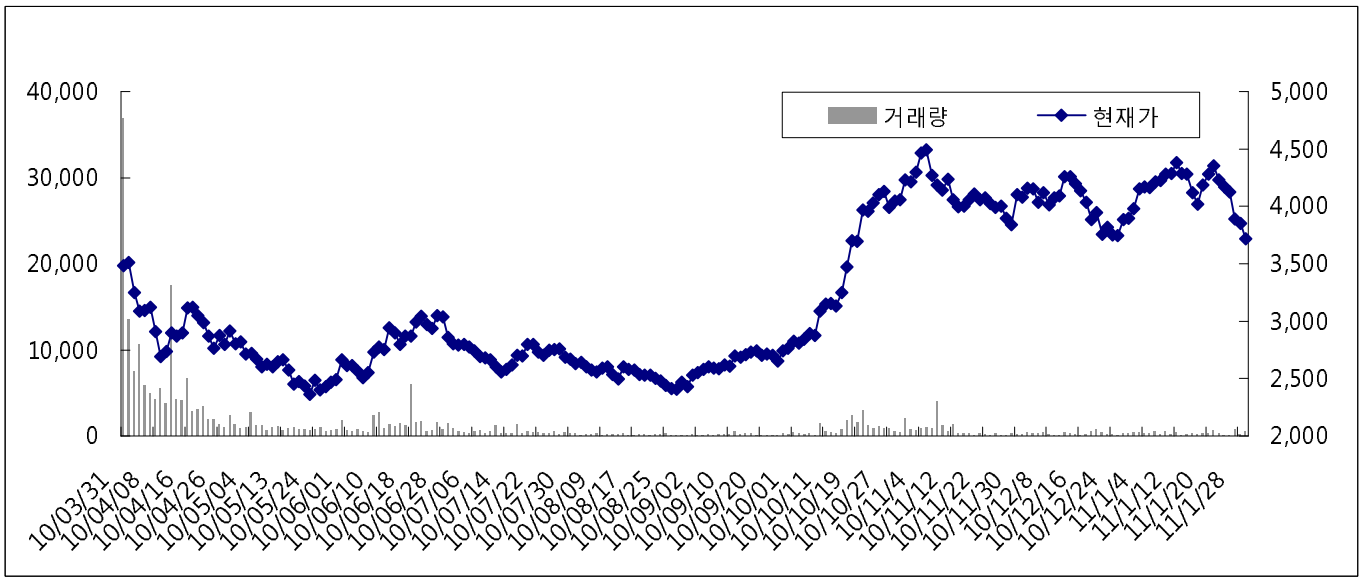
주가동향

	7/30	9/30	10/29	11/30	12/30	1/31
CKH						
월말종가(원)	2,430	2,765	4,060	3,765	4,040	3,720
등락(원)	-240	+335	+1,295	-295	+275	-320
등락률(%)	-8.99%	+13.79%	+46.84%	-7.27%	+7.30%	-7.92%
거래량 (천주)	15,876	4,126	20,058	16,605	6,981	7,352
업종지수						
식음료업종지수	4912.37	4920.38	5,221.42	5,019.91	5,584.41	5,956.85
등락	+224.88	+8.01	+301.04	-201.51	+564.50	+372.44
등락률(%)	+4.80%	+0.16%	+6.12%	-3.86%	+11.25%	+6.67%
KOSDAQ						
지수	464.71	492.75	526.45	498.39	510.69	521.38
등락	-16.74	+28.04	+33.70	-28.06	+12.30	+10.69
등락률(%)	-3.48%	+6.03%	+6.84%	-5.33%	+2.47%	+2.09%

월간주가

	업종지수	KOSDAQ	차이나킹	업종대비	KOSDAQ대비
월간등락	+372.44	+10.69	-320	-14.59%point	-10.01%point
월간등락률(%)	+6.67%	2.1%	-7.92%		

주가Graph



차이나킹 제품별 월별 생산량

	2010.9	2010.10	2010.11	2010.12	2011.1	전월대비증가율
정제(만정)	8,160	7,480	4,836	3,468	4,080	*18%*
캡슐(만정)	2,268	2,785	3,764	432	2,700	*525%*
드링크(10ml, 만정)	72	72	60	54	64	*19%*
드링크(100ml, 만정)	17	14	14	10.8	4.4	*-59%*
드링크(250ml, 만정)	10	10	13	6.30	9.90	*57%*
차(만포)	187	187	130	62.3	393.6	*532%*

* 연말 재고 처리 및 설비 수리로 인해 2010.12월 생산량이 다소 감소하였으나 실제 매출은 정상적으로 일어나고 있습니다.
12월 대비 차 제품 생산량이 급등한 이유는 중국 전통명절인 춘절 기간에 차 선물 소요가 많아짐에 따라 총판 주문이 증가했습니다.

2010 China King-Highway (900120) 월간 리포트

2011년 1월

차이나킹 주요 원재료 월평균 구입단가

(단위:RMB/Kg)	2010.8	2010.9	2010.10	2010.11	2010.12	2011.1
동충하초(상급)	145,000	미구입	미구입	미구입	미구입	미구입
동충하초(중상급)	91,000	91,000	90,500	91,500	92,500	93,680
송이버섯	-	-	350	미구입	미구입	미구입
서양삼	1,908	-	1,930	1,930	미구입	1,930
기타						

* 캡슐/드링크/정제류의 주요 원재료이며, 차 및 일부 제품은 자체 재배단지에서 원재료 수급중
* 상급 동충하초는 건강식품 원재료 임
* 중상급 동충하초는 가공 포장 판매 원재료 이며 2010년 7월부터 유통 시작

차이나킹 기업소식

1.27 임시주주총회 - 1안 : 회사정관수정 2안:손자회사 공업공장 및 상업용지 처분 3안: 손자회사 생물의약산업원 토지 매입 안건 통과

중국 건강식품산업 관련 뉴스

건강산업 발전 여지 커 2011년 4가지 추세

2011-01-06
시장조사결과에 따라 최근 몇 년간에 전세계 보건산업이 놀라운 속도로 발전하고 있다. 중국 보건산업은 10동안 노력해왔고 시장규모 크게 형성 되었다. 그리고 시장 소요확대 기술발전 및 관리제도 출시 등 유리한 조건의 도움으로 향후 중국 건강식품 발전 여지가 매우 클 것으로 전망된다.
2011년 4가지 발전 추세 :
1. 소비자 다원화추세
2. 제품 판매 전문화 추세
3. 새로운 홍보 방식 도입
4. 일상 소비제품으로 발전 추세
급속 성장하고 있는 국민소득 수준과 규모화된 보건산업에 따라 소비자 다원화가 형성되고 있다. 현재 건강제품의 주요 판매 경로를 분석하면 약국 45.65%, 마트 43.03%인 반면, 브랜드 전문점은 7.12% 밖에 미치지 않는 것으로 나타났다. 소비자들이 대형약국나 마트에서 구입하는 이유는 제품에 대한 신뢰성 때문이다. 향후에 전문화 및 표준화 브랜드 전문점을 통해 소비자에게 신뢰감을 줄 수 있다.
http://www.cninfo360.com/hyxw/sphy/20110106/130990.html

본 자료는 차이나킹에 대한 투자자의 이해를 증진시키고 투자판단에 참고가 되는 회사의 영업현황을 제공할 목적으로 제작되었습니다.
본 자료는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없으며, 회사는 어떠한 경우에도 본 자료에 대한 정확성을 책임지지 않습니다.
본 자료의 내용이나 기타 사항에 대한 질문은 차이나킹(www.king-highway.co.kr)의 IR문의 창구를 이용해 주시기 바랍니다.