

2009 年 03 月 05 日

市场数据(人民币)

市价(元)	14.26
已上市流通A股(百万股)	25.00
总市值(百万元)	1,426.00
年内股价最高最低(元)	18.00/6.45
沪深 300 指数	2285.15
中小板指数	3335.21
2007 年股息率	0.00%


万友林

 (8621)61038259
 wanyl@gjzq.com.cn

联系人：赵莉

 (8621)61038257
 zhaoli@gjzq.com.cn

中国上海黄浦区中山南路 969 号谷泰滨江大厦 15A 层 (200011)

安妮股份 (002235.SZ)

——新模式，新看点

 卖出 减持 持有 **买入** 强买

公司基本情况(人民币)

项 目	2005	2006	2007	2008E	2009E	2010E
摊薄每股收益(元)	0.211	0.416	0.602	0.542	0.678	0.955
净利润增长率	N/A	97.12%	117.40%	20.09%	24.91%	40.88%
市场 EPS 预测均值(元)	N/A	N/A	N/A	0.540	0.653	0.861
市盈率(倍)	N/A	N/A	N/A	25.81	20.66	14.67
行业优化市盈率(倍)	13.34	20.22	45.19	22.51	22.51	N/A
市场优化市盈率(倍)	14.65	25.86	45.72	20.60	20.60	N/A
PE/G(倍)	N/A	N/A	N/A	1.28	0.83	0.36
已上市流通A股(百万股)	N/A	N/A	N/A	25.00	25.00	25.00
总股本(百万股)	50.00	50.00	75.00	100.00	100.00	100.00

来源：公司年报、国金证券研究所 注：“市场 EPS 预测均值”取自“朝阳永续一致预期数据”

基本结论

- 公司在办公信息用纸行业建立了一个新的销售模式，这是公司最大的看点。
 - ◆ 公司定位于商务信息用纸的全国性服务商，建立了拥有 5 个生产基地、13 家分公司、23 个办事机构，5000 家分销商的多层次分销网络，全国性的销售网络已经初步建立。
 - ◆ 国内与公司在完全产业链上竞争的企业几乎没有，涂布厂、地区经销商、外资销售商是目前国内办公信息用纸的主要经营者，他们与公司分别在某个地区或者某个环节上竞争，我们认为公司具有相对优势。
 - ◆ 全国渠道的建立及完善，我们认为会在行业内建立壁垒，使得公司能够发展为行业内的龙头企业。
- 大客户销售的不断增加体现了公司销售模式的竞争优势，从 2005 年的 22% 到 2008 年的 40%，未来两年将超过 50%，大客户份额的不断增加保证了公司高成长性。
- 我们预测公司 2008 - 2010 年销售分别为 488 百万元、567 百万元、734 百万元，EPS 分别为 0.542、0.678、0.955 元。
- 公司在未来逐渐趋向于一个服务类型的公司，销售渠道、大客户的开拓带来公司业务的增长，渠道的逐渐完善将在行业内形成较高的壁垒，同时未来在渠道的基础上形成增值服务的可能性较大，我们给与公司 2009 年 25 - 30 倍的 PE，目标价格 17 - 20 元。建议“买入”。
- 对于公司的详细分析请关注我们近期的投资价值报告。

安妮简介

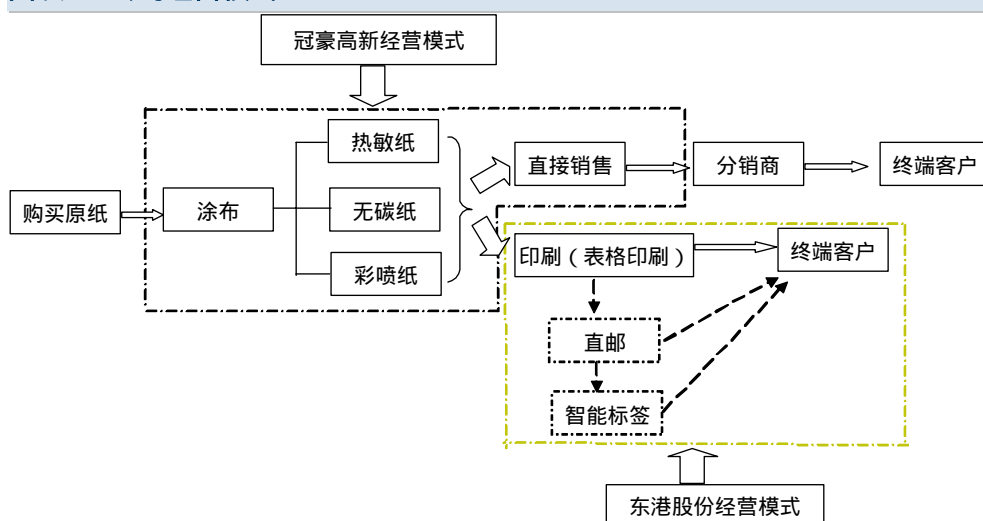
- 安妮股份的主要业务为商务信息用纸的生产和销售，建立了涂布、分切及印刷一体化的生产体系，从其前身安妮纸业起算，至今已有十余年的商务信息用纸市场经营经验。
- ◆ 安妮从原纸的涂布、分切到销售，其经营模式在上市公司中没有类似的，其经营过程是冠豪高新和东港股份的综合。
- ◆ 销售是公司目前的重点，多年来已经建立了拥有 5000 家销售网点的全国销售体系。

图表1：安妮的产品

产品类型	主要产品
商务信息用纸	热敏纸系列产品：收银纸、传真纸、ATM打印单、货物标签、彩票纸、登机牌等；
	无碳打印纸系列产品：EMS单据、多联发票、多联收费单、信用卡消费单等；
	彩色喷墨打印系列产品：相片纸、设计效果图、招贴画等；
	双胶系列产品：复印纸、双面印刷品、防伪发票等。

来源：国金证券研究所

图表2：公司经营模式

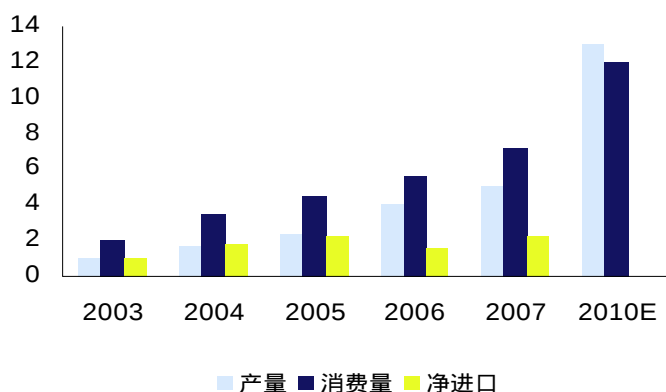


来源：国金证券研究所

■ 安妮主要产品的行业简介

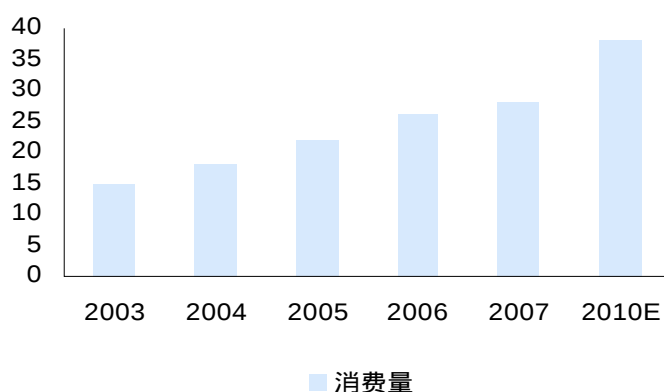
- ◆ 目前商务信息用纸在中国的市场容量预计为 100 亿元人民币左右，近几年都是以 15%左右的速度增长。其中热敏系列类大约 7 万吨，预计为 10 亿元；双胶系列大约 70 万吨，预计 50 亿左右；彩相系列大约 10 万吨，预计 15 亿左右；无碳系列大约 30 万吨，预计 35 亿左右。

图表3：2003-2010 年中国热敏纸产销



来源：国金证券研究所

图表4：2003-2010 年中国无碳纸消费量

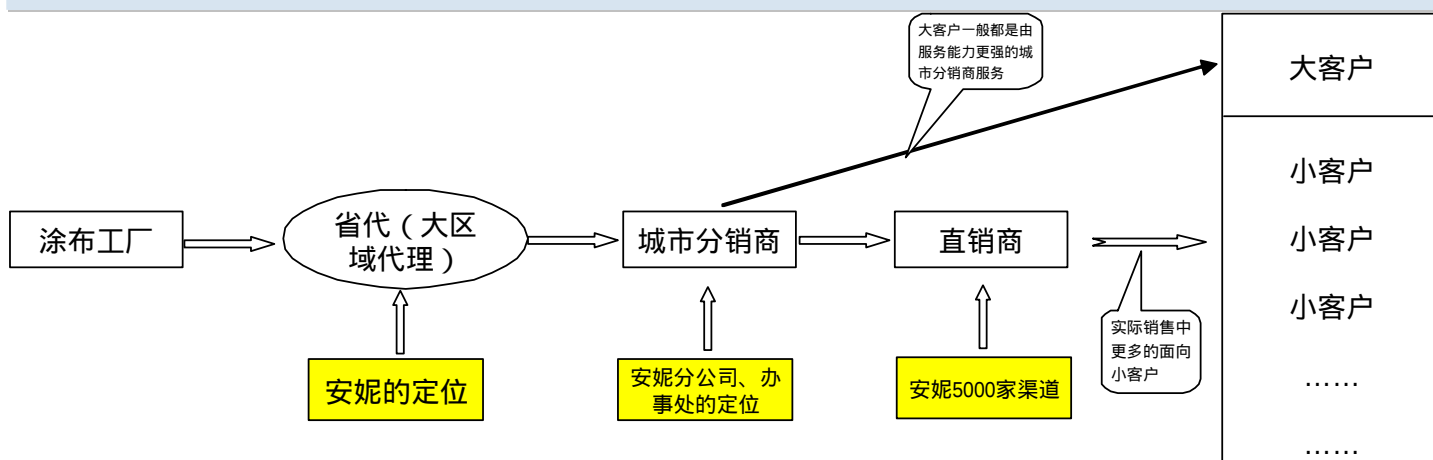


新的定位，需要新的视角审视安妮

定位于销售服务商

- 2000 年以来，公司提出建立全国性商务信息用纸服务商的目标，表明公司发展战略的改变。目前公司已经建立了包括厦门在内的 5 个生产基地、13 家分公司、23 个办事机构，拥有 5000 家分销商，专业销售人员 200 多人的多层次分销网络。全国性的销售网络已经初步建立，而公司的定位也确立为商务信息用纸的全国性服务商。
- 根据商务信息用纸市场客户的差别，公司针对不同类型的客户制定了不同的销售模式：
 - ◆ 在商务信息用纸终端客户中，存在大量的小客户和一些大客户（主要是指用纸量大的企事业单位），不同的客户要求的服务和内容不同，在市场的自然分工中大客户一般由当地的大分销商提供服务，小的客户则有大量的小直销商覆盖。
 - ◆ 在安妮的销售体系中分公司和办事处充当了大的城市分销商的角色，合作的 5000 家小的直销商则覆盖小客户需求。在拓展全国集中采购的客户时，其合作的小的直销商也可以为公司充当配送点。
 - ◆ 安妮目前的重点是将整合、协调其销售渠道的关系，通过 IT 信息流的建设，全国范围内的库存管理、优化配送流程以获得渠道运行的成本最小化。

图表5：办公信息用纸销售流程图



来源：国金证券研究所

公司已经拥有了相对竞争优势

- 与国内其他同行相比，公司的模式在国内是少有的，完全销售链条上的竞争者几乎没有，国内其他的同行与公司的竞争要么体现在某个区域，要么体现在某个销售环节上。
- 我们对比目前与公司存在竞争关系的三类企业：涂布厂商、区域批发商、全国布点的销售商，我们认为公司存在相对竞争优势，近几年公司的大客户比例不断上升证明了这一点（公司销售的大客户比例从 2005 年的 22%左右上升到 2008 年的 40%左右）。

图表6：竞争对手比较

竞争对手	代表公司	竞争的环节	区别
涂布厂	冠豪、金华盛、三威、江桥etc	涂布环节	这些厂商以涂布为主业，以大纸销售为主要形式，基本不涉及终端客户
地区性的大经销商	汉宏、亚龙、金鑫、安兴、泛太克etc	销售环节	这些厂商以区域销售为主，在一定区域内将与公司形成较强的竞争；不过这些公司一般都没有涂布环节，在成本上公司存在优势
全国布点的销售商	以外资为主，如美国的 OfficeDepot、Staples等	销售环节	进入中国后，移植国外的销售模式，建立自己的销售门店，采取目录销售，目前表明这一模式在国内并不成功

来源：国金证券研究所

从行业的发展方向来看我们认可公司的经营模式

- 国内外发展情况的对比
 - ◆ 国外行业市场被几家大型连锁型企业或直营大公司占有主要份额，如美国的 OfficeDepot、Staples、OfficeMax；欧洲的 Lyreco, Corporate Express；日本的 KoKuYou、Askul 等，不过国外营销模型主要是以开大型卖场、目录销售、网络销售为主；
 - ◆ 国内的公司目前经营模式基本上是在经营某一产品或局部区域或链条中的一环，各地公司各自为战，全国没有一家有规模的连锁经营企业，没有一家公司能够占到一定的市场份额，没有领导型企业。
- 从客户的需求角度
 - ◆ 大中型企业开始重视管理细节，办公室用品采购逐渐纳入企业采购管理的重要部分，仅靠关系生存的小公司将面临生存的挑战。
 - ◆ 政府开始逐渐改革采购方式，对采购控制的更加严密，很多政府机关、军队开始采用招标方式进行办公室用品的采购，使有规模的企业将获得更多机会
 - ◆ 小型企业迫于生存压力，也在节约成本，对办公室用品的供应商的服务要求也在不断提高
- 办公室用品行业（公司经营的商务信息用纸属于其中的一部分）日常业务琐碎，客户对服务效率要求越来越高，更多的象服务行业。赢家是那些能够找到解决中国社会重“关系”的合法办法的公司，赢家将是能够采用创新赢利模式而产生竞争差异化的公司

盈利预测

- 公司的收入由一般渠道和大客户渠道贡献，利润则是由一般渠道和大客户渠道销售贡献以及公司涂布带来的成本降低贡献，假设如下：

图表7：2008年不同渠道收入分布

	2008E
一般渠道	60%
大客户	40%

来源：国金证券研究所

图表8：09、10年不同渠道增长率

	2009E	2010E
一般渠道	0.00%	10.00%
大客户	44.90%	26.76%

图表9：2008年利润贡献分布

	2008E
一般渠道	41.50%
大客户	41.50%
涂布	17.00%

来源：国金证券研究所

图表10：不同部分利润贡献增长率

	2009E	2010E
一般渠道	0.00%	10.00%
大客户	23.18%	40.85%
涂布	192.22%	68.18%

- 我们假设一般渠道销售的净利率为7%左右；大客户渠道的净利率为10.6%左右，涂布的净利率为12%左右；
- 涂布利润的快速增长源于公司涂布能力的提高

图表11：公司涂布能力的假设（吨）

	2008	2009	2010
济南	6000	8000	8000
常德		8000	18000
湛江(权益)		1600	3600

来源：国金证券研究所

图表12：分产品销售预测

项 目	2005	2006	2007	2008E	2009E	2010E
热敏产品						
销售收入（百万元）	135.90	187.12	245.22	276.85	330.00	402.50
增长率（YOY）	#DIV/0!	37.69%	31.05%	12.90%	19.20%	21.97%
毛利率	21.22%	24.77%	26.84%	26.20%	27.00%	28.00%
销售成本（百万元）	107.06	140.77	179.41	204.32	240.90	289.80
增长率（YOY）	#DIV/0!	31.48%	27.45%	13.88%	17.91%	20.30%
毛利（百万元）	28.84	46.35	65.82	72.53	89.10	112.70
增长率（YOY）	#DIV/0!	60.72%	42.00%	10.20%	22.84%	26.49%
占总销售额比重	54.61%	60.71%	60.98%	56.79%	58.22%	54.82%
占主营业务利润比重	78.67%	82.95%	78.10%	74.69%	76.34%	71.03%
无碳产品						
销售收入（百万元）	6.24	5.84	20.64	34.50	38.00	60.00
增长率（YOY）	#DIV/0!	-6.35%	253.54%	67.12%	10.14%	57.89%
毛利率	12.66%	18.07%	19.66%	19.55%	20.00%	21.00%
销售成本（百万元）	5.45	4.78	16.59	27.76	30.40	47.40
增长率（YOY）	#DIV/0!	-12.15%	246.68%	67.35%	9.53%	55.92%
毛利（百万元）	0.79	1.06	4.06	6.74	7.60	12.60
增长率（YOY）	#DIV/0!	33.67%	284.65%	66.18%	12.68%	65.79%
占总销售额比重	2.51%	1.89%	5.13%	7.08%	6.70%	8.17%
占主营业务利润比重	2.15%	1.89%	4.82%	6.95%	6.51%	7.94%
彩喷产品						
销售收入（百万元）	13.45	11.35	18.55	23.54	26.60	62.82
增长率（YOY）	#DIV/0!	-15.58%	63.38%	26.93%	12.99%	136.17%
毛利率	17.01%	16.36%	24.76%	24.00%	23.00%	25.00%
销售成本（百万元）	11.16	9.49	13.95	17.89	20.48	47.12
增长率（YOY）	#DIV/0!	-14.91%	46.97%	28.21%	14.48%	130.03%
毛利（百万元）	2.29	1.86	4.59	5.65	6.12	15.71
增长率（YOY）	#DIV/0!	-18.80%	147.26%	23.03%	8.29%	156.70%
占总销售额比重	5.40%	3.68%	4.61%	4.83%	4.69%	8.56%
占主营业务利润比重	6.24%	3.32%	5.45%	5.82%	5.24%	9.90%
双胶产品						
销售收入（百万元）	85.76	99.42	111.97	140.04	159.60	196.25
增长率（YOY）	#DIV/0!	15.92%	12.63%	25.07%	13.97%	22.96%
毛利率	4.78%	6.36%	8.15%	7.89%	8.00%	8.29%
销售成本（百万元）	81.66	93.09	102.85	128.99	146.83	179.98
增长率（YOY）	#DIV/0!	13.99%	10.48%	25.42%	13.83%	22.58%
毛利（百万元）	4.10	6.32	9.13	11.05	12.77	16.27
增长率（YOY）	#DIV/0!	54.23%	44.33%	21.08%	15.56%	27.42%
占总销售额比重	34.46%	32.26%	27.84%	28.72%	28.16%	26.73%
占主营业务利润比重	11.18%	11.32%	10.83%	11.38%	10.94%	10.25%
其他产品						
销售收入（百万元）	7.50	4.49	5.78	12.60	12.60	12.60
增长率（YOY）	#DIV/0!	-40.13%	28.65%	118.13%	0.00%	0.00%
毛利率	8.60%	6.52%	11.77%	9.00%	9.00%	11.00%
销售成本（百万元）	6.86	4.20	5.10	11.47	11.47	11.21
增长率（YOY）	#DIV/0!	-38.77%	21.42%	124.97%	0.00%	-2.20%
毛利（百万元）	0.65	0.29	0.68	1.13	1.13	1.39
增长率（YOY）	#DIV/0!	-54.61%	132.24%	66.79%	0.00%	22.22%
占总销售额比重	3.01%	1.46%	1.44%	2.58%	2.22%	1.72%
占主营业务利润比重	1.76%	0.52%	0.81%	1.17%	0.97%	0.87%
销售总收入（百万元）	248.85	308.22	402.16	487.53	566.80	734.17
销售总成本（百万元）	212.19	252.34	317.89	390.42	450.08	575.51
毛利（百万元）	36.66	55.88	84.27	97.11	116.72	158.66
平均毛利率	14.73%	18.13%	20.96%	19.92%	20.59%	21.61%

来源：国金证券研究所

- 我们预计公司 2008 - 2010 年的销售分别为 488 百万元、567 百万元、734 百万元，EPS 分别为 0.542、0.678、0.955 元。

估值

相对估值

- 公司在未来逐渐趋向于一个服务类型的公司，销售渠道、大客户的开拓带来公司业务的增长，渠道的逐渐完善将在行业内形成较高的壁垒，同时未来在渠道的基础上形成增值服务的可能性较大，我们给与公司 2009 年 25 - 30 倍的 PE，目标价格 17 - 20 元，相当于 2010 年 17 - 21 倍。建议“买入”。

绝对估值

- 主要假设
 - ◆ 根据国金证券宏观研究部的研究成果，无风险利率为 5.04%，风险溢价为 7.46%。
 - ◆ 行业的 Beta 值为 0.90。
 - ◆ WACC = 9.43%。
 - ◆ TV = 4%。
- DCF 估值结果显示，公司的合理价值为 16.94 元。

图表13：DCF 估值

每股价值	16.94												
企业值	1,306.54												
股票价值	1,270.65												
会计年度截止日：12/31	2008	2009E	2010E	2011E	2012E	2013E	2014E	2015E	2016E	2017E	TV	合计	
FCF	-33.34	-110.54	106.70	81.36	89.52	95.82	103.30	110.63	119.87	124.03	2,377.36	3,064.70	
PV(FCF)	-30.47	-92.32	81.43	56.74	57.06	55.81	54.98	53.82	53.29	50.39	965.81	1,306.54	

来源：国金证券研究所

风险提示

- 新的厂商复制类似的模式与公司竞争将会大大影响公司的发展进程，虽然我们认为是大规模的渠道建设并非短时间内能够完成，但是还是需要注意此类情况的出现。
- 大客户市场的开拓影响因素较多，存在一定的风险。

附录：三张报表预测摘要

损益表（人民币百万元）

	2005	2006	2007	2008E	2009E	2010E
主营业务收入	250	308	402	488	567	734
增长率		23.6%	30.4%	21.2%	16.3%	29.5%
主营业务成本	-213	-252	-318	-390	-450	-576
% 销售收入	85.2%	81.8%	79.0%	80.1%	79.4%	78.4%
毛利	37	56	84	97	117	159
% 销售收入	14.8%	18.2%	21.0%	19.9%	20.6%	21.6%
营业税金及附加	-1	-1	-2	-1	-2	-2
% 销售收入	0.2%	0.3%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%
营业费用	-11	-13	-17	-23	-24	-30
% 销售收入	4.4%	4.3%	4.3%	4.7%	4.3%	4.1%
管理费用	-10	-12	-8	-11	-13	-16
% 销售收入	4.1%	4.0%	2.1%	2.3%	2.3%	2.2%
息税前利润（EBIT）	15	30	57	62	78	110
% 销售收入	6.1%	9.7%	14.3%	12.6%	13.7%	15.0%
财务费用	-2	-3	-5	-2	2	2
% 销售收入	0.8%	1.0%	1.2%	0.3%	-0.4%	-0.3%
资产减值损失	-1	-1	0	0	0	0
公允价值变动收益	0	0	0	0	0	0
投资收益	0	0	0	0	0	0
% 税前利润	n.a	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%
营业利润	13	26	53	60	80	112
营业利润率	5.0%	8.3%	13.2%	12.3%	14.1%	15.3%
营业外收支	0	0	0	4	0	0
税前利润	13	26	53	64	80	112
利润率	5.1%	8.5%	13.2%	13.1%	14.1%	15.3%
所得税	-2	-5	-8	-10	-12	-17
所得税率	15.2%	19.9%	14.2%	15.0%	15.0%	15.0%
净利润	11	21	46	54	68	95
少数股东损益	0	0	0	0	0	0
归属于母公司的净利润	11	21	46	54	68	95
净利率	4.2%	6.7%	11.2%	11.1%	12.0%	13.0%

现金流量表（人民币百万元）

	2005	2006	2007	2008E	2009E	2010E
净利润	11	21	46	54	68	95
少数股东损益	0	0	0	0	0	0
非现金支出	4	6	5	6	13	20
非经营收益	2	3	3	-2	0	0
营运资金变动	-7	-25	-7	-65	-14	-12
经营活动现金净流	10	4	46	-6	66	104
资本开支	-6	-8	-16	-21	-175	5
投资	-4	-11	21	0	0	0
其他	0	-5	0	0	0	0
投资活动现金净流	-9	-23	5	-21	-175	5
股权募资	0	0	8	268	0	0
债权募资	9	-3	7	-38	0	0
其他	-2	-2	-24	-2	0	0
筹资活动现金净流	7	-5	-9	228	0	0
现金净流量	7	-24	42	201	-109	108

资产负债表（人民币百万元）

	2005	2006	2007	2008E	2009E	2010E
货币资金	34	10	72	272	164	272
应收款项	52	68	59	80	101	131
存货	46	72	68	96	111	142
其他流动资产	18	12	42	51	45	29
流动资产	150	163	240	499	420	573
% 总资产	73.2%	72.1%	81.2%	87.1%	64.0%	73.0%
长期投资	14	23	0	0	0	0
固定资产	35	34	48	69	231	206
% 总资产	17.1%	15.1%	16.3%	11.9%	35.2%	26.3%
无形资产	6	5	7	5	5	5
非流动资产	55	63	56	74	237	212
% 总资产	26.8%	27.9%	18.8%	12.9%	36.0%	27.0%
资产总计	204	226	296	574	657	785
短期借款	31	25	34	0	0	0
应付款项	87	84	100	98	113	144
其他流动负债	5	11	8	4	5	6
流动负债	124	120	143	102	118	151
长期贷款	0	3	2	1	1	1
其他长期负债	4	5	3	0	0	0
负债	128	128	147	103	119	152
普通股股东权益	74	95	149	471	538	634
少数股东权益	3	3	0	0	0	0
负债股东权益合计	204	226	296	574	657	785

比率分析

	2005	2006	2007	2008E	2009E	2010E
每股指标						
每股收益	0.211	0.416	0.602	0.542	0.678	0.955
每股净资产	1.477	1.892	1.982	4.707	5.385	6.339
每股经营现金净流	0.195	0.087	0.617	-0.062	0.663	1.036
每股股利	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
回报率						
净资产收益率	14.28%	21.96%	30.39%	11.53%	12.58%	15.06%
总资产收益率	5.16%	9.21%	15.27%	9.46%	10.31%	12.15%
投入资本收益率	11.89%	18.66%	26.72%	11.09%	12.23%	14.75%
增长率						
主营业务收入增长率	N/A	23.62%	30.44%	21.16%	16.26%	29.53%
EBIT增长率	N/A	94.94%	93.10%	7.02%	26.15%	42.00%
净利润增长率	N/A	97.12%	117.41%	20.09%	24.91%	40.88%
总资产增长率	N/A	10.44%	31.09%	93.95%	14.54%	19.54%
资产管理能力						
应收账款周转天数	27.1	52.5	45.7	50.0	55.0	55.0
存货周转天数	39.3	85.3	80.3	90.0	90.0	90.0
应付账款周转天数	22.0	53.1	39.5	30.0	30.0	30.0
固定资产周转天数	48.9	38.0	42.3	36.5	126.4	95.3
偿债能力						
净负债/股东权益	-3.45%	18.77%	-23.98%	-57.64%	-30.19%	-42.75%
EBIT利息保障倍数	8.0	9.4	11.7	36.2	-36.8	-52.3
资产负债率	62.55%	56.79%	49.74%	17.95%	18.05%	19.29%

来源：公司年报、国金证券研究所

市场中相关报告评级比率分析

日期	一周内	一月内	二月内	三月内	六月内
强买	0	2	2	6	27
买入	0	1	3	10	16
持有	0	0	0	4	5
减持	0	1	1	2	5
卖出	0	0	0	0	0
评分	0	2.00	2.00	2.06	1.88

来源：朝阳永续

市场中相关报告评级比率分析说明：

市场中相关报告投资建议为“强买”得1分，为“买入”得2分，为“持有”得3分，为“减持”得4分，为“卖出”得5分，之后平均计算得出最终评分，作为市场平均投资建议的参考。

最终评分与平均投资建议对照：

1.00 =强买； 1.01~2.0=买入； 2.01~3.0=持有
 3.01~4.0=减持； 4.01~5.0=卖出

投资评级的说明：

强买：预期未来6 - 12个月内上涨幅度在20%以上；
 买入：预期未来6 - 12个月内上涨幅度在10% - 20%；
 持有：预期未来6 - 12个月内变动幅度在-10% - 10%；
 减持：预期未来6 - 12个月内下跌幅度在10% - 20%；
 卖出：预期未来6 - 12个月内下跌幅度在20%以上。

首页五类投资建议图标中反色表示为本次建议，箭头方向表示从上次的建议类型调整为本次的建议类型。

优化市盈率计算的说明：

行业优化市盈率中，在扣除行业内所有亏损股票后，过往年度计算方法为当年年末收盘总市值与当年股票净利润总和相除，预期年度为报告提供日前一交易日收盘总市值与前一年度股票净利润总和相除。

市场优化市盈率中，在扣除沪深市场所有亏损股票后，过往年度计算方法为当年年末收盘总市值与当年股票净利润总和相除，预期年度为报告提供日前一交易日收盘总市值与前一年度股票净利润总和相除。

特别声明：

本报告版权归“国金证券研究所”所有，未经事先书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“国金证券研究所”，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。本报告基于我公司及其研究人员认为可信的公开资料或实地调研资料，但我公司及其研究人员对这些信息的准确性和完整性不作任何保证，且本报告中的资料、意见、预测均反映报告初次公开发布时的判断，可能会随时调整。报告中的信息或所表达意见不构成投资、法律、会计或税务的最终操作建议，我公司不就报告中的内容对最终操作建议做出任何担保。在法律允许的情况下，我公司的关联机构可能会持有报告中涉及的公司所发行的证券并进行交易，并可能为这些公司正在提供或争取提供多种金融服务。我公司的关联机构或个人可能在本报告公开发布之前已经使用或了解其中的信息。