万科手握1662亿元现金 应对疫情重新定义“活下去”

本报记者 王晓悦

“一年半之前，也就是2018年的秋季例会，万科的主题词是‘活下去’，当时我们只是处于居安思危的考虑，让我们时刻保持清醒和警惕。但没想到在今天‘活下去’成了一个特别真实的存在。”

3月17日晚，万科A发布2019年年报并召开媒体发布会，万科董事会主席郁亮在讨论疫情影响时，重新定义“活下去”。

2019年，是万科成立35周年。在这个特殊的年份，万科继续实现营收、净利润双增长。但面对外部不确定性，万科在2019年年报中调低分红比例、偿还有息贷款、手持现金1661.9亿元，各项财务政策都是“稳字当头”。郁亮表示，机会留给有准备的人，万科将一如既往寻找变化中可能的机会，健康地活下去、活得好、活得久。

疫情对未来1年至2年结算造成压力

“今年暴发的疫情对于每个人、每个家庭、每个企业、每个行业来说都意味着是巨大的困难和挑战。”郁亮在发布会上坦言，疫情对万科是一场大考。

万科总裁祝九胜表示，疫情对公司的影响体现在销售、交付、现金流、开复工等方面。

2020年2月份至3月份，万科认购金额同比降低510亿元。目前，万科在湖北进入三个城市，武汉、宜昌和鄂州，今年1月23日以后基本就没有新的销售，这三个城市以往在集团的销售占比为3.2%。

疫情也给交付带来了压力，万科一季度1万个客户有交付延缓的可能性，全年影响可能涉及3.9万户。对开复工的影响也是很直接的，今年开工延迟至少一个月。同时，疫情期间防疫成本增加、销售回款大幅度下降，给未来1年-2年的结算造成远期压力，这些影响最终体现在现金流上。

据祝九胜介绍，随着疫情缓和，情况正在好转。目前，绝大多数售楼处已开放，客户来访逐渐增加，南方区域来访量恢复到1月份的六成、北方区域恢复到三成左右。复工方面，截至3月17日，工地上返岗率已达到74%，总体复工率达到八成，这个比例还会继续提升。

净现金流足够覆盖短期债务

如何应对疫情带来的不稳定因素？发布会上，现金流、手有余粮成为高频词。

郁亮表示，在万科30多年的发展中，经历过1998年的亚洲金融危机、2003年的非典、2008年次贷国际金融危机，从中获得很多教训。应对疫情，精神上要有勇气，体魄上需要有免疫力。对企业而言，这个免疫力来自客户服务，也来自稳定的现金流。

2019年万科住宅产品继续坚持面向主流客户自住需求的定位，144平方米以下的中小户型占比91.2%。郁亮表示，“这都是为了保证有足够的流动性”。

为了保证现金在手，万科还需在分红上做权衡。

2019年，万科实现营业收入3678.94亿元，归属于上市公司股东的净利润388.72亿元，同比分别增长23.59%和15.1%。但公司拟合计派发现金股息118.11亿元，占合并报表中归属于上市公司股东净利润的比例下调至30.38%，2017年、2018年万科分红占净利润的比例为35.42%、34.97%。

“今年董事会经过审议，特别是遇到疫情这种不确定性的外部环境，我们希望能多保留一点现金在手应对不确定性，确保公司的长远发展。”董秘朱旭回应《证券日报》记者提问时表示，万科上市以来一直坚持不间断的分红政策，上市以来累计分红金额692亿元，这占万科在资本市场上累计融资额的2.67倍。今年在保证现金在手的同时，万科也不希望少分红。综合考虑后，决定坚持分红总额的策略，2019年的分红总额和2018年都是118.1亿元。

“我们有了现金以后真的没有必要保有那么多的借款，增加付利息成本。所以我们今年的净现金流入非常好，足够覆盖短期债务，在这种情况下我们就归还了有息借款。”

财务负责人王文金表示。

机会留给有准备的人

“我们不能只看到危，也要看到机。这次疫情给整个社会带来了很多变化……万科密切关注这些变化。”郁亮高喊“活下去”，但对未来并不悲观。

在疫情危机中，万科提前布局的板块已开始抬头。今年1月份、2月份，万科冷链业务同期增长80%。郁亮表示，疫情让大家认识到，过去城市对仓储物流的重视度是不够的，而万科五年前开始部署物流冷链业务，在这次疫情中发挥了重要的作用。

5年前物业板块市场化策略，也在疫情下显成效。2019年，万科物业实现营业收入127.0亿元，同比增长29.7%。截至报告期末，万科物业累计签约面积6.4亿平方米，同比增长26.1%，其中已接管合同面积4.5亿平方米，为未来储备1.9亿平方米。据祝九胜介绍，万科物业未来的新机会在三个方面：一是商业和写字楼业务，2019年万科物业与戴德梁行成立合资公司，计划在这一领域大展拳脚；二是从社区到街区的拓展，以深圳的香蜜湖片区为例，里面几乎90%以上的住宅楼盘都是万科物业提供服务。三是科技上的布局，整合资源、打造能力，机会将越来越多。

发布会上，郁亮提出房地产未来的三个方向：第一，要在人口流入的城市增加各类人才用房，要涵盖城市发展和运营相关的所有人。不仅要为高科技、金融等人才提供居住空间，城市的运转同样离不开物业管理员工、环卫工人和快递小哥，房企也需要为他们提供住房。第二，要加大老旧小区的改造力度。这次疫情中有物业管理的小区比缺乏物业管理的老旧小区疫情防控做得更好，这凸显了老旧小区改造的迫切性。第三，人们在疫情中更加关注健康，希望房地产行业能为大家提供健康的居住解决方案。

颖泰生物成新三板精选层首家验收通过公司

本报记者 向炎涛

新三板精选层迎来了首家验收通过公司。3月16日，北京颖泰嘉和生物科技股份有限公司（以下简称“颖泰生物”）公告称，公司在西南证券的辅导下，已通过北京证监局辅导验收，成为全国首家通过精选层挂牌辅导验收的新三板公司。

自2月18日进入向不特定合格投资者公开发行股票并在精选层挂牌的辅导期，到通过辅导验收，颖泰生物仅花了不到1个月的时间。颖泰生物有关负责人告诉《证券日报》记者，在新三板改革政策出台后，公司会同保荐机构西南证券、北京市康达律师事务所及四川华信（集团）会计师事务所成立了精选层工作小组，为冲刺新三板制定了完备的方案。

值得一提的是，在项目执行过程中，各中介机构克服了疫情的影响，组织专业力量参与尽职调查工作，最终在公司的全力配合及中介机构的共同努力下，精选层工作小组高效地完成了尽职调查、辅导申请、辅导验收等申报前的重要工作，使颖泰生物成为全国首家通过精选层辅导验收的企业。该负责人表示，下一步，公司将向全国股转公司提交申报精选层的材料。

据《证券日报》记者了解，目前，A股公司华邦健康及其全资子公司华邦汇医投资有限公司合计持有颖泰生物74.03%的股权。2011年，华邦健康通过收购成为颖泰生物控股股东，之后，颖泰生物借助资本市场展开了生产基地建设和布局。

早在去年11月份，颖泰生物董事长王榕就对外表示：“公司正在会同财务、审计、法律顾问等专业的中介机构对分拆上市条件进行充分论证，积极推动分拆上市工作。大股东对此也很支持。”而在上市渠道的选择上，则包括了科创板、创业板、新三板精选层在内的多重选择。

颖泰生物方面对记者表示，公司优势明显，目前已经形成中国农化行业内少有的拥有丰富产品组合、集研产销全产业链为一体的商业模式，公司正由单一业务向复合型业务转型，开启“农化创制+种业性状”的协同发展。

除此之外，研发和创新能力也是颖泰生物一大核心竞争力。据介绍，公司拥有成熟的自主研发创新体系，涵盖生物技术研发、植物保护研发及技术分析三个子平台，并建立了省级企业研究院、省级研发中心、省级企业技术中心、省级院士专家工作站等科研平台，承担了国家“十二五”科技支撑计划、国家火炬计划、省级千人计划、等多项科技项目，解决了多项行业关键共性技术难题。2019年，颖泰生物研发支出1.8亿元，占营业收入的3.41%，拥有研发人员401名，获得已授权国家专利175项。

而由于农药产品的特殊性，世界大多数国家均对农药的生产和销售进行严格监管，实行登记注册制度，登记耗费的时间成本和资金成本巨大，但目前颖泰生物在国内及海外已拥有多个农药登记证，这也成为公司一大突出的先发优势。

“我们将借助新三板深化改革的发展机遇，引入优质产品资源，持续开发新产品，打造核心优势产品，形成丰富的产品组合；保持并创新客户合作模式，成为服务于全球市场的农药原药、制剂产品综合提供商。”颖泰生物有关负责人表示。

疫情中一位跟单员的感受：

外贸公司受冲击力确实不小 但有信心将影响降到最低

本报记者 朱宝琛

“受国外疫情影响，3月中旬开始，有客户陆续取消了订单。而那些量大的客户，暂时决定延期出货。这对外贸公司造成的影响和冲击力确实不小。”3月18日，在接受《证券日报》记者采访时，朱女士颇为无奈地表示。

朱女士是浙江宁波一家外贸公司的跟单员。往年的这个时候，是她最忙的时候。今年因为受新冠肺炎疫情影响，公司到2月下旬才上班。原本想着和小伙伴们一起撸起袖子加油干，把之前的损失给补回来，结果，疫情在国外暴发了。

随着我国新冠肺炎疫情得到有效控制，国内的企业复工复产率正不断提高。一个可以佐证的数据是，规模以上工业企业的复工率，除湖北以外的地区已经达到95%以上。

“目前国内的工厂已经基本恢复生产了，年前的订单在搁置了两个多月后都在加班加点生产，忙着出货。突然接到客户取消订单的消息，损失着实不小，因为公司一般只收取客户30%的定金，成本遥不可及。”朱女士说。

疫情在国外的暴发，是否会对众多拥有海外业务的企业带来影响？一家东部沿海地区的外贸类上市公司相关人士对记者表示，影响还是要取决于疫情的发展及对经济的影响程度，现在难以评估影响有多大。“现在国外的疫情一天一变化，公司只能密切关注。”

在互动平台上，记者注意到，投资者对一些上市公司提出了相关的问题：公司的业绩主要来自海外，现在海外疫情不断扩散，对公司一季度或上半年业绩是否产生巨大的影响？是否会影响公司海外工厂，是否会涉及停工和供应问题？

对于投资者的提问，不少上市公司都予以回应。比如，有上市公司称，疫情确实会给跨境贸易带来挑战，但是“危”和“机”是并存的。

国外疫情发酵，无疑增加了我国外贸进出口及全球产业链的不稳定性。那么，如何避免对我国的外贸领域产生影响？商务部外贸司司长李兴乾给出的答案是：从中国外贸产业实际出发，商务部正进一步健全稳外贸工作机制，促进政府、行业和企业良性互动，形成合力。充分发挥市场配置资源的决定性作用，同时更好地发挥政府作用。

事实上，为应对疫情带来的影响，政府早已经提出了一系列举措。3月10日召开的国务院常务会议确定了应对疫情影响，稳外贸稳外资的新举措，包括“对除‘两高一资’外所有未足额退税的出口产品及时足额退税”等六方面；商务部近期已经采取了一系列措施，包括支持企业创新业态和模式，通过跨境电商、海外仓等外贸新业态扩大出口等。

与此同时，各地发布或制定了稳外贸稳外资工作的专项政策。比如，浙江省发布了《关于有效应对疫情全力做好稳定外资工作的通知》和《关于有效应对新冠肺炎疫情做好稳外贸稳外资促消费工作的通知》。

企业亦在积极采取一系列应对措施，争取将损失降到最低。朱女士告诉记者，对于目前还没通知延迟出货或者取消订单的客户，争取在3月底出运；已经有通知取消订单的，就暂停生产以减少损失；要求延迟出货的，到时候再重新安排生产时间。

“当前海外疫情仍没有渡过高峰期，外贸类企业面临供应链和需求萎缩的双重冲击。”万博新经济研究院副院长刘哲在接受《证券日报》记者采访时表示。对此，她给企业支了四“招”：要做好现金流关系，适当压缩短期耗费现金流加大或现金流周转不好的业务；要做好内部业务条线的优化，集中力量保证企业具有核心竞争力的业务不受到中长期的影响；要进行市场渠道的再拓展和再整合，开拓内需市场，融入线上的新模式，创新销售市场和销售渠道；要积极与相关部门取得联系，用好用足支持政策。

朱女士说“有点忙”，因为很多事情都需要与客户沟通。她告诉记者，自己依然对未来充满期望。“相信在政策支持和自身的努力下，我们会将影响降到最低。”

复星旅文去年净利润超6亿元 应对疫情现金储备充足

本报记者 王丽新

“欧洲疫情严重时，国内业务正在恢复。”复星旅游文化集团董事长、执行董事兼首席执行官钱建农在3月18日复星旅文2019年业绩发布会上表示，全球化业务有利于平衡整体业务受疫情冲击的压力。

在全球旅游业放缓的大背景下，截至2019年12月31日，复星旅文集团收入约为人民币173.4亿元，增长6.6%。旅游营运相关业务的营业额达到人民币146.0亿元，增长8.9%。经调整EBITDA增长79.9%，归母净利润达人民币6.1亿元，大幅上升近1倍。

“更重要的是，在灾难来临的时候，公司的财务是否健康，因此要强化财务和现金管理，具体措施也在计划中，比如强化丽江和太仓项目的预售，加快回流现金，但是主要还是在业务恢复上着手。”钱建农在接受《证券日报》记者采访时表示，“作为一个全球化公司，成立之时就跟法国同事探讨过，未来不确定性是常态化现象，此次疫情比局部灾难影响更大，但复星旅文一开始就把危机管理作为常态化管理，相对影响可能就小一些。”

业务版图扩张

从2019年年报来看，地中海俱乐部仍是复星旅文的业绩主力。截至2019年12月31日，Club Med在全球六大洲超过40个国家和地区开展业务，运营66家度假村，年内营业额达人民币132.1亿元，同比增长5.2%，度假村运营的经常性EBITDA（不计国际财务报告准则第16号影响）增加9.1%。

此外，公司在2019年亚特兰蒂斯单个旅游目的地运营收入达人民币13.1亿元，年增幅达74.2%；EBITDA增至5.6亿元，EBITDA率高达43%。太仓和丽江复游城正在快速建设中，可售度假物业计划2020年内预售。

同时，2019年，FOLIDAY旅游分销平台实现营业额人民币4.8亿元，大幅上升123.0%。集团2019年11月份向Thomas Cook Group Plc.及其附属公司收购Thomas Cook全球品牌，致力将Thomas Cook品牌打造成直接面对全球家庭客户的生活方式服务平台，该平台将整合原FOLIDAY旅游分销平台的复游旅行和酷怡业务，也包括休闲度假服务。

从业务扩张版图来看，2019年，复星旅文通过收购Casa Cook、Cook's Club品牌，集团度假村品牌进一步丰富，满足不同客群多样化的市场需求。收购后四个月已经完成4家度假村的签约，未来三年计划拓展不少于15家。

钱建农也向《证券日报》等媒体表示，未来还会关注全球投资机会。“受此次疫情影响，有些企业可能遭遇困难，因此也可以考虑合作或者投资，但要跟公司业务和未来资金情况匹配。”

现金储备充足

值得一提的是，由于春节前新冠肺炎疫情暴发，旅游业一时受到巨大冲击。疫情之下，复星旅文也受到一定影响，但2020年前2个月，复星旅文的度假村运营的营业额同比增长约8%，EBITDA同比增长超过20%，旅游目的地运营营收受疫情影响下降，但EBITDA在2020年前两个月依然为正，达5000万元左右。据钱建农介绍，目前来看，以三亚亚特兰蒂斯为例，截至2020年3月中旬，入住率已尽恢复到去年同期的50%。

复星旅文相关人士称，目前公司财务状况健康，现金及现金等价物约人民币21亿元，未使用的银行贷款约人民币25亿元。集团认为新冠肺炎疫情在短期内将造成负面的影响，但不影响长期的发展。

对此，钱建农表示，2020年1月底三亚亚特兰蒂斯关闭，国内的Club Med于2月初关闭业务，但度假村前两个月营业额上升8%，主要来自欧非和美洲地区，这是全球化布局的优势，有利于平衡疫情冲击。疫情当下，复星旅文正在合理控制运营和总部成本，用各种手段减弱疫情对业务的冲击。

钱建农强调，此次疫情不是商业模式的危机，创新的商业模式和FOLIDAY生态系统有助于应对这样的危机，并抓住危机后更多的反弹机会。“作为全球休闲度假村的领导企业，随着FOLIDAY生态系统在线上及线下的发展，未来又有了面对C端的Thomas Cook，相信我们的升级产品更加符合市场未来的需求。”

（上接A1版）

“在中办国办复工复产调研中，伊利就新冠肺炎疫情对乳业的影响提出了具体的建议和问题。对此，政府做了专项研究，迅速给出了回复和解决方案。如开通绿色通道问题。”伊利股份相关负责人表示，内蒙古自治区交通运输厅已与伊利集团沟通对接，成立专班，及时协调。区内乳业产业链车辆通行绿色通道问题已解决，涉及区外的一事一办，随到随协调。

“此外，呼铁局也采取措施，解决公司外运铁路集装箱问题。”伊利股份上述负责人表示，今年以来，伊利集团在呼铁局管内集装箱需求兑现率为93.4%。针对企业在沙良物流园发运40英尺通用空箱需求较大情况，呼铁局已采取措施全力满足。后续呼铁局承诺对伊利集团奶制品发运集装箱，优先保障，确保满足需求。

针对下游，伊利采取创新举措，畅通物流。疫情期间，伊利灵活运用线上订货服务，通过微信社群等渠道创新，为减少外出采购的消费者提供服务。例如，伊利酸奶事业部徐州区组织多个“伊利到家”微信群，送货到小区门口。据统计，类似“伊利到家”的全国微信群已建立9000多个，伊利液奶累计建立微信社群24000多个。

打通“安全关”

对于复工复产企业来说，最重要的就是保证“安全”生产。

王臻告诉记者，鄂尔多斯属于劳动密集型企业，特别需要高度关注疫情防控。“公司第一时间就成立了疫情防控领导小组，全面安排部署，做好在岗和休假职工的疫情防控工作。另外，公司内各单位组建了志愿者小分队，切实保证疫情防控和复工复产同时进行。截至目前，公司羊绒、电冶化工两大园区未发生一例疫情感染。”

伊利股份相关负责人表示，作为民生企业，伊利集团的重要责任就是确保产品品质、确保生产安全和员工安全，以及确保人民群众健康营养必需品的充足供应。疫情防控期间，伊利通过保障员工的口罩供应、保障员工营养健康、保障员工生命安全和保护员工的心理健康等一系列“关怀计划”，对员工实施严密防护。

包钢股份相关负责人表示，在疫情发生以来，公司始终按照中央及自治区、包头市部署和要求做好防控工作，切实履行主体责任，确保做到“五到位”，即全员排查到位、人员情况掌握到位、责任人督导到位、报送及时到位，建立联防联控机制和督导制度，保证了包钢股份没有发生疑似病例、确诊病例。

打通“产业链”

在保证企业自身复工复产的同时，上市公司积极采取行动，助力产业链复工复产，践行了社会责任。

“非常时期，公司在保障自身正常生产运转的前提下，主动伸出援手，给整个产业链提供抗疫援助。”伊利股份上述负责人表示，“公司为上游牧场提供物资保障和技术支持，同时加大融资扶持和保障足额足量收购，助力牧场挺过难关。”

据记者了解，疫情发生后，伊利集团第一时间开通绿色融资渠道，支持牧场渡难关、筑根基。今年前两个月，伊利集团已为合作牧场提供融资贷款9.1亿元，解决了防疫期间合作养殖企业的资金压力。预计全年将达到50亿元。此外，在疫情期间，公司一直坚持收购合作牧场所产全部合格原奶，做到不拒收一滴合格牛奶。

此外，伊利抽调技术工程师与专家组建了21个远程化服务小组，通过伊利牧场智能化大数据及视频影像，为200多家需要技术支持的合作养殖企业开展了远程诊断与服务；并通过开通“奶牛伊课堂”线上直播课程，全面支持和帮助合作养殖企业人员解决技术难题。

均胜电子日产口罩超50万片 防疫物资“赴”欧洲抗“疫”

本报记者 吴奕萱

目前，国内新冠肺炎疫情得到了有效控制，但境外疫情形势却日趋严峻。近日，《证券日报》记者从均胜电子相关负责人处获悉，公司自2月份以来上线应急口罩和护目镜生产项目，目前日产口罩已超50万片，在保障公司自身恢复正常经营所需的同时，向当地进行了及时有效的抗疫物资供应。此外，公司还通过第三方机构将医用口罩出口到西班牙、意大利等地，以缓解当地疫情防护资源紧缺的压力。

全球汽车零部件商均胜电子上个月加入跨界援产防疫物资行列，公司相关负责人向记者介绍：“公司于2月初启动了医用口罩应急生产项目，初期在公司自有的电子洁净车间内，使用兄弟公司均普智能改造升级的两条废弃口罩生产线进行生产，后续又引入了5条全新的高速全自动口罩生产线不断进行产能爬坡，目前日产口罩已超50万片。”

据悉，自口罩项目启动以来，均胜电子在当地政府调配下已累计向当地企业供应一次性医用口罩超过500万片，保障了这些企业及时复工复产，为当地经济恢复平稳运行贡献了力量，同时，公司自身的疫情防控和复工工作也顺利开展，目前在中国的复工率已超95%。

该负责人还表示，均胜电子子公司均胜科技目前已获得了医用口罩的欧盟CE认证和美国FDA认证，并正在有关主管部门进行口罩出口备案登记工作。

据介绍，CE认证被视为制造商进入欧盟市场的“进场券”。均胜电子相关负责人预计：“出口备案登记工作需时不会太长，等这项工作完成后，公司就可以把自产口罩直接出口至欧盟地区和美国等地，覆盖多个海外子公司所在地。”

根据美国约翰斯·霍普金斯大学公布的实时疫情数据，截至北京时间3月17日早上7时，中国以外累计确诊病例数已超过10万例，疫情防控紧急。其中，西班牙卫生部3月17日公布消息，当地当天增长新冠肺炎确诊病例近2000例，确诊病例总数超过1.1万例。

记者了解到，均胜电子近期通过第三方机构将公司量产的医用口罩出口到西班牙、意大利等地，以缓解当地疫情防护资源紧缺的压力。

前述均胜电子相关负责人向记者透露：“现阶段公司已累计投入7条口罩生产线，性能稳定，原材料得到有序供给，后续日均口罩产量将达70万片，护目镜项目也将于近期投入量产。并预计本月底完成相关口罩出口备案登记工作，开始直接向欧美出口医用口罩。”

本版主编 于德良 责 编 孙 华 制 作 曹秉琛
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785