

德系车企三巨头2019年均实现盈利

2020年中美欧市场或有600万辆销量下滑

■本报记者 龚梦泽

随着大众汽车集团、宝马集团和戴姆勒集团这德系车企三大巨头2019年财报的悉数出炉,作为汽车工业的引领者,德系品牌的经营现状与发展趋势得以显现。曾经以燃油车主导世界汽车市场的它们,正全面开启围绕数字化、电动化以及移动出行等领域的投入与布局。

值得一提的是,在当前防治疫情的特殊阶段,今年的市场前景对于德系三巨头可谓难言乐观。据《证券日报》记者不完全统计,目前大众、宝马、戴姆勒、沃尔沃、日产、福特等在多家国际汽车制造商宣布,暂停在欧洲大部分工厂的生产以应对疫情,全球累计停产及即将停产的整车工厂总数已超过100家。

对此,中国汽车工业协会、摩根士丹利等权威机构对全球汽车产业受疫情影响的情况分析调研后认为,中国汽车市场对比2019年预计将出现百万辆级别的产销下滑,而欧美汽车市场销量也将下滑20%左右。中美欧三大主要汽车消费市场2020年或出现600万辆的销量下滑。

车企三巨头均盈利

与往年不同,受新冠肺炎疫情在全球扩散的影响,今年大众汽车集团首次采用了线上发布会的形式。3月17日,大众汽车集团管理董事会主席、大众汽车集团CEO赫伯特·迪斯(Herbert Diess)率领大众集团在财务和IT领域、采购领域、人事领域的三位高管,共同出席了在线全球年会。

据大众汽车官方数据显示,2019年全年大众汽车销量达到1097.46万辆,同比增长1.3%。与1.3%的销量微增相对应的,是大众汽车集团2019年销售收入为2526亿欧元,同比增长7.1%,营业利润为193亿欧元,同比增长12.8%。对于这个欧洲最大

的汽车企业来讲,能在企业转型期和车市下滑的双重压力下实现这一业绩,实属不易。

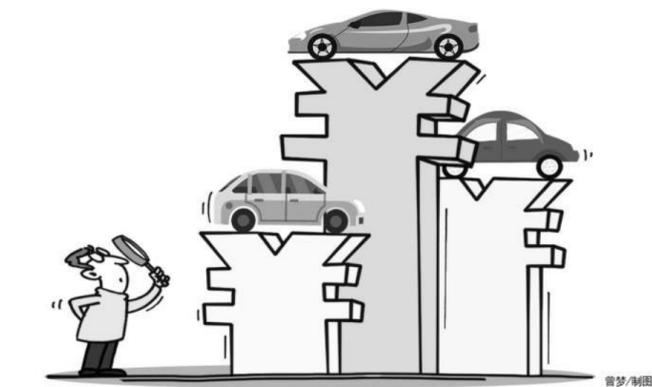
记者注意到,大众2019年的利润大涨主要得益于SUV在内的利润车型的强劲销售,以及柴油发动机排放事件造成的罚款减少。2019年,大众共计支付罚款23亿欧元,比去年减少8亿欧元。此外,自从2018年被称为“成本杀手”的迪斯走上任后,其果断削减7000个工作岗位,并降低生产和各类行政成本。提效降本项目开展一年多,大众累计节约了6亿欧元的成本,同样助力了2019年财务状况得到改善。

时隔一天,在3月18日宝马的2019年度财报发布会上,宝马集团董事长齐普策表示,受疫情影响,预计2020年宝马集团利润率将由2019年的6.8%下降至2%-4%。数据显示,2019年,宝马集团营收首次突破1000亿欧元的大关,同比增长7.6%。其中汽车业务收入916.82亿欧元,同比增长6.8%。不过,记者注意到,受法律诉讼、汇率变化、原材料价格上涨、2019年宝马息税前利润高达74.11亿欧元,同比下降26.1%,净利润同比下滑28.9%,降至50.22亿欧元。

相比宝马财报的表述“顺利完成既定目标”。奔驰方面,现任董事会主席戴姆勒股份公司及梅赛德斯-奔驰股份公司董事会主席康林松则对其2019年的盈利状况表达了不满。

据戴姆勒集团2019年财报显示,2019年全球乘用车和商用车的销量为334万辆,与2018年基本持平;营收为1727亿欧元,同比上涨3%。然而,戴姆勒集团的净利润从去年76亿欧元下跌到了27亿欧元,跌幅高达64.5%。这也成为其近十年来出现的最大跌幅。归属于股东的净利润为24亿欧元,每股收益从2018年的6.78欧元降至现在的2.22欧元。

此外,由于受到柴油车诉讼和相关法



曹梦/制图

律事务的影响,戴姆勒集团支出了42亿欧元的费用,再加上研发支出也从2018年的91亿欧元增至97亿欧元,这些都让戴姆勒集团的开支持续走高。“业绩显示出了客户对于产品仍有强劲的需求,但我们对于2019年的盈利表现并不满意。戴姆勒需要大幅提高盈利能力,同时集团有必要采取措措施削减成本、增加现金流,为未来的战略奠定基础。”康林松表示。

海外超100家车企工厂停工

在过去的一周里,欧美地区疫情集中爆发。欧美汽车产业的两大“心脏”——美国底特律与欧洲地区陷入停滞。近日,海外车企为规避疫情,陆续选择关闭工厂,减少聚集造成的感染风险。

据记者了解,包括大众、戴姆勒、菲亚特克莱斯勒、沃尔沃、雷诺、PSA、福特、日产、丰田在欧洲地区的生产情况均受到了不同程度的影响,甚至连原计划在德国柏林建厂的特斯拉,也不得不因为疫情撤回美籍员工,整个欧洲汽车产业被迫按下暂停键。

“为降低新冠肺炎疫情风险的考虑,

大众计划有序关闭欧洲工厂,并让越来越多的员工在家办公。同时,在企业办公流程、供应体系、物流体系等方面,也在根据疫情的发展做出调整计划。”迪斯近日做出如上表态。

与大众分批关闭工厂不同,戴姆勒在3月17日宣布,将其在欧洲地区的大部分工厂暂时关停,部分行政工作与之一同暂停,目前预期的停工期为两周;宝马方面也已开始关闭在欧洲和南非的工厂,停产预计持续4周。随着疫情的发展,宝马称可能会有更多的工厂受到影响。尽管稍好于欧洲,但据记者了解,日前全美汽车工人联合会(UAW)紧急呼吁底特律的三大车企福特、通用、菲亚特克莱斯勒关闭工厂两周。

对此,迪斯坦言,中国应对疫情的措施十分成功,但在德国、欧洲做不到,“德国应对疫情的措施也是见效的,但环境、医疗体系和中国不一样,所以处理危机的手段也不一样。”

资深汽车分析师林示对记者表示,随着疫情迅速在欧洲蔓延,跨国大型企业未来一段时间内的波及面必将更广,停产停工不可避免。

此前,为确本次公开发行公司债券的顺利批复,河北资管在前期申报及后续沟通等环节均做了充分的准备工作,该笔公司债券在证监会“零反馈”的情况下获得批复。2019年底,在监管机构对债券注册发行规模进行窗口指导的情况下,河北资管同时上报的10亿元非公开发行公司债券及5.5亿元公开发行公司债券均全额获批。

河北资管本期公募公司债券采用簿记建档、集中配售方式,债券期限为3年,附第2年末发行人调整票面利率选择权和投资者回售选择权。发行规模5.5亿元,票面利率4.75%,主承销商为河北省内券商财达证券。

此次债券信用等级AA+,发行人主体信用等级AA+。据《证券日报》记者了解,河北资管无

啤酒业财报解读

编者按:时下,正值上市公司年报披露季。今天解读的是两大啤酒巨头的年报,以及疫情对啤酒行业的影响。让我们一起来看看公司高管是如何解读的。

决战高端市场 华润啤酒高端产品销量同比增8.8%

■本报见习记者 王君

2019年,对于华润啤酒而言是非常重要的。这一年,华润啤酒收购喜力中国,完成了“国际品牌+中国品牌”双品牌组合的布局。也让华润啤酒在接下的中高端决战中,有了足够的筹码。

每个收购都面临整合的过程,整合的好坏关系到并购的成败。2019年,是华润啤酒整合喜力中国的第一年,整合效果如何?2019年年报给出了答案。

3月20日,华润啤酒交出了去年的成绩单。在报告期内,公司实现了营收和净利润的双增长,其中,高端啤酒增长了8.8%,增幅亮眼。

营收净利双增长

财报数据显示,报告期内,公司实现综合营业额331.9亿元,同比增长4.2%;实现归属于股东的净利润为13.12亿元,同比增长34.3%,未计利息及税项前盈利按年增长47.6%至21.63亿元。

同时,华润啤酒还承诺向股东派发红包。董事会建议派发末期股息每股0.045元。连同中期股息每股0.12元,2019年度的派息总额为每股0.165元。

值得一提的是,华润啤酒去年虽然实现了营收和净利润的双增长,但是,从增幅来看,营收只是微增,净利润增幅比较大。

对此,华润啤酒给出的解释是,营收微增主要是收购喜力中国带来的费用增加。

而公司净利润的增长,是公司产能优化、品牌重塑带来的高端啤酒销量增加所致。

华润啤酒在年报中披露,2019年,啤酒销量总计1143.4万升,同比增长1.3%。毛利为122.26亿元,同比增长9.2%。另外,华润啤酒中高端啤酒销量同比增长8.8%,整体平均销售价格同比增长2.8%。

据《证券日报》记者了解,2019年是华润啤酒品牌组合重塑的一年,公司除了引进喜力品牌产品外,还分别于2019年4月份和7月份推出了“雪花马尔萨斯绿啤酒”和“黑狮白啤”两款高端新品,配合2018年推出高档的“匠心营造”和中档以上的“勇闯天涯superX”新产品。这一系列产品的组合,成就了华润啤酒中高端啤酒销量的提升。

另外,根据上市公司并购要求,华润啤酒必须单独公告喜力中国的业绩表现。在报告期内,喜力中国为华润啤酒营收贡献11.39亿元,净利润为1.49亿元。

对于喜力去年的表现,华润啤酒CEO侯孝海表示:喜力带给华润啤酒的贡献是一个渐进的过程,去年是华润啤酒收购喜力中国后整合的一年,今年将加大对喜力品牌的投资。

决战高端市场

2019年是华润啤酒“3+3”战略前3年的收官之年。通过一系列优化产能、对外收购等动作,华润啤酒不再甘心只做中国啤酒销量的老大,还要做中国高端啤酒的老大。而这一目标的实现,与其过去3年

的战略举措分不开。

作为雪花的掌舵者,侯孝海对于中国啤酒行业的研判是:未来一定是“中国品牌+国际品牌”双品牌组合群的竞争态势,收购喜力中国无疑是将全世界最高端的啤酒品牌纳入怀中。

“过去3年是雪花啤酒6年战略的前半场,甩掉包袱、提升人员斗志,提高薪酬水平,把品牌布局到位,把业务操作和公司管理战略方向调整到做大高档啤酒为主的战略轨道上来。”侯孝海对《证券日报》记者表示,未来3年,是华润啤酒决战高端的3年。

事实上,根据华润啤酒年报可以看到,在过去的3年中,27家工厂被关闭可以看出华润啤酒甩包袱的力度。

在侯孝海看来,关工厂是为了进一步优化提升效率。未来,雪花还会继续关厂,但关厂的前置条件,是在其他工厂产能提升,设备升级完成的情况下去关。

从财报中可以看到,2019年已确认的固定资产减值及存货减值分别为7亿元和3.52亿元。其中,华润啤酒持续推动优化产能布局,去除低效产能,提高了生产工厂的平均规模,2019年停止运营7间啤酒厂。截至2019年年底,华润啤酒在中国内地运营74间啤酒厂,年产能约2050万升。

在业内人士看来,关厂甩掉包袱、整合喜力,这些动作让雪花在未来的高端啤酒决战中具备了条件。而2020年是华润啤酒3年战略的开局之年,也是公司运作喜力的关键一年,今年的看点应该很多。

据侯孝海透露,“今年4月底和5月初

将有一款喜力新产品上市。这款产品针对味蕾开发,特点就是苦味比较低。”

值得一提的是,虽然突如其来新冠肺炎疫情打乱了喜力原先的运作计划,但公司对未来市场仍保持乐观。

“未来,公司会加大喜力渠道客户的发展计划,发展一批大客户、优质和高端经销商来推动喜力国际品牌和雪花中国高端品牌的双品牌发展。同时,公司会积极组建队伍,加强高档酒的操作能力及方法,在喜力之外,还把苏尔和虎牌逐步推向市场。”侯孝海表示。

事实上,中国啤酒行业在经历了跑马圈地的品牌集约化之后,已经迈入高质量发展的阶段。

如今的雪花,经过近27年的风雨兼程,早已不再是东北一隅的小啤酒厂,站在中国制高点高质量发展的时代节点上,华润啤酒要下一盘大棋。

“未来,我们将继续借助与Heineken集团的长期战略合作,增强华润啤酒在高端市场的品牌竞争力,并探索高档啤酒营销方式,高端专业人才队伍建设、四个中国品牌加四个国际品牌组合、抢占制高点等举措,以提升华润啤酒在一线城市的竞争力。”侯孝海如此表示。

中国食品产业分析师朱丹蓬接受《证券日报》记者采访时也看好华润啤酒的未来发展。“华润有体量优势、渠道优势,收购喜力后拥有了高端品牌的优势。这些优势的叠加,华润啤酒5年内进入高端啤酒前三名没有问题。”

两大啤酒巨头年报业绩冰火两重天 啤酒“江湖”生变?

■本报记者 许洁

日前,两大啤酒巨头华润啤酒和百威亚太各自交出了2019年年报,华润啤酒营收净利双增长,百威亚太营收净利双下降。两份财报数据的背后彰显了行业竞争在加剧。

在业内人士看来,百威亚太业绩下降对中国啤酒企业来说是好消息,说明在高端啤酒的竞争中,其他品牌已经抢到了一定的市场份额。长城证券研究所副所长、食品行业首席分析师刘鹏对《证券日报》记者表示,未来行业竞争程度还会提升。

百威亚太营收净利双降

3月17日,百威亚太发布了2019年年报,这也是其上市后交出的首份完整的财报。

财报数据显示,在报告期内,公司实现收入65.46亿美元,较去年同期67.4亿

美元下跌2.88%。销量方面,百威亚太销量共达931680万升,较去年同期下降3.0%;实现全年净利润9.08亿美元,同比下降5.32%。

对于公司2019年的表现,百威亚太在年报中提到了两个市场,一个是韩国,一个是美国。

百威亚太表示,2019年亚太地区东部区域经营环境艰难,销量、收入及正常化除息税折旧摊销前盈利均下跌。韩国业务主要受到消费者信心减弱引致的整体行业下滑以及竞争压力影响。中国方面,主要是以百威为领导啤酒品牌的夜生活渠道于2019年下半年表现疲软所致。

对于百威亚太去年的表现,中国食品产业分析师朱丹蓬接受《证券日报》记者采访时表示,百威2019年业绩下滑,对中国啤酒行业是一个利好。因为在高端市场一直是百威一家独大。

随着嘉士伯、华润雪花与喜力等品牌加入高端啤酒阵营,高端市场的竞争

将加剧。

前两个月中国区收入将减少

新冠肺炎疫情带给企业的影响是无法避开的话题。

对于疫情带给百威亚太的影响,百威亚太表示,新冠肺炎疫情爆发持续冲击公司的业务,2020年前两个月与2019年同期相比,公司预计在中国的收入将自然减少约2.85亿美元,正常化除息税折旧摊销前盈利将减少约1.7亿美元。

百威亚太还表示,韩国方面,考虑到该国近期爆发新冠肺炎疫情,公司对整体经济及行业复苏前景保持审慎态度。“今年上半年的收入亦难以与2019年同期相比。”

事实上,自2020年春节至今,这场突如其来新冠肺炎疫情让多个行业按下了暂停键,餐饮渠道、零售商超、夜场等酒业销售场所都关门防疫。对于酒行业来说,在失去消费场景的背景下,2月份的

市场销售可谓惨不忍睹,而酒与其他快消费品还不同,不可能出现报复性消费。

上市至今股价一路下跌

百威亚太于2019年9月30日在香港联交所上市。对于这一历史时刻,百威亚太在年报中也有提及,“公司在联交所的成功上市,为其搭建了一个在泛亚区内进一步扩张业务和吸引优秀人才的平台。”

据《证券日报》记者了解,2019年9月30日登陆香港资本市场的百威亚太,在118个交易日中,只是在上市后的7个交易日上涨,当股价涨至32.65港元/股后,公司股价就保持了“跌跌不休”的态势。

数据显示,百威亚太上市首日的股价为27.4港元/股,2020年3月20日为21.2港元/股,公司市值从最高的4309亿港元不断缩水,截至3月20日,公司市值为2808亿港元。

从目前机构对百威亚太发布的研究报告来看,分析师们对于百威亚太的盈利给出了“向下调整”的字样。



热点聚焦

河北资管成功发行5.5亿元公司债券 系全国地方资产管理公司首单

■本报见习记者 张晓玉

近日,河北省资产管理有限公司(简称:河北资管)簿记建档发行2020年公司债券(第一期),发行规模5.5亿元,票面利率为固定利率4.75%。该笔债券为河北资管的首单公募债券,其成功发行也成为全国首单地方资产管理公司AA+公募公司债券。

河北资管董事长满翔宇在接受《证券日报》记者采访时说道:“此次公募公司债券的成功发行,意味着公司整体发展实力和发展水平得到了公开资本市场的认可。对于公司在资本市场的未来发展奠定了坚实基础。由于是公开市场,这对于公司的未来管理也提出了新的要求。”

关于此次债券的发行,河北资管于2019年12月31日收到上交所(接受注册通知书),2020年2月3日收到证监会批复,注册金额5.5亿元,注册额度自通知下发日起2年有效。

此前,为确保本次公开发行公司债券的顺利批复,河北资管在前期申报及后续沟通等环节均做了充分的准备工作,该笔公司债券在证监会“零反馈”的情况下获得批复。2019年底,在监管机构对债券注册发行规模进行窗口指导的情况下,河北资管同时上报的10亿元非公开发行公司债券及5.5亿元公开发行公司债券均全额获批。

河北资管本期公募公司债券采用簿记建档、集中配售方式,债券期限为3年,附第2年末发行人调整票面利率选择权和投资者回售选择权。发行规模5.5亿元,票面利率4.75%,主承销商为河北省内券商财达证券。

此次债券信用等级AA+,发行人主体信用等级AA+。据《证券日报》记者了解,河北资管无

论是在河北省属国有企业,还是在全国地方资产管理公司中,均开创了成立时间最短、注册资本最低获评AA+主体信用等级的先河。

关于募集资金用途,河北资管总会计师马莹在接受《证券日报》记者采访时说道:“此次债券募集的资金一部分将用于置换到期银行借款,在调整资本结构的同时,降低融资成本。”

此前,3月11日,河北省委书记、河北省人大常委会主任王东峰主持召开省属国有企业防控疫情和深化改革工作座谈会,也对省属国企融资成本给予了特别关注。

此次主承销商财达证券的债券负责人苑德江对记者说道:“河北资管此次债券的发行为全国首单地方资产管理公司AA+公募公司债券,最终以4.75%的票面利率成功发行,说明了投资者对该笔债券的认可。”

一位认购此次债券的机构投资者在簿记结束时透露道:“今天票面利率创新低了,希望未来能更多参与河北资管的债券发行。”

“本期债券募集资金充裕,”马莹对记者说道,“最终利率也说明投资者对公司未来发展前景的认可。”

此次债券成功发行后,河北资管表示,“未来,公司将以此为契机,坚定不良资产管理主业,提高不良资产处置能力,创新不良资产业务模式,增强服务实体经济能力,并持续提升风险防控水平,充分发挥地方‘金融稳定器’的功能。同时,借助公司资本金大幅增加的契机,将继续增加注册公募公司债券的发行额度,择机启动中国银行间市场债务融资工具的注册申报工作,为公司开展多元化融资,降低融资成本,合理安排资本结构,以有效避免资金错配造成的流动性风险。”

湖南设立区域性股权市场科技创新专板 首批16家科创企业成功挂牌

■本报记者 何文英

3月20日,湖南省区域性股权市场科技创新专板正式开板,首批16家科创企业在科技创新专板集体成功挂牌。

财信证券首席经济学家伍超明在接受《证券日报》记者采访时表示:“湖南省区域性股权市场科技创新专板将助推省内创新型企业发展,科技硬核,孵化湘企上市梯队完成‘破零倍增’计划,肩负着提高湖南直接融资比重,促进经济结构调整的重要使命。”

2019年12月份,湖南省政府提出实施企业上市“破零倍增”计划,力争到2025年,全省境内外上市公司数量达到200家以上,直接融资总额增长50%以上,资产证券化率提高5%以上,居中部省份前列;暂无上市公司的市州要实现“零的突破”。

湖南省股权交易所相关负责人表示:“科技创新专板是我省抢抓我国资本市场改革发展机遇,加速科技与金融深度融合,推动我省企业上市‘破零倍增’的重要举措。”

据介绍,科技创新专板将充分发挥湖南省区域性股权市场的培育、融资、整合、转板等功能,为企业提供培训咨询、投融资服务、资源整合、转板上市等综合性的金融和科技服务。

上述负责人表示:“计划通过3年到5年的时间,推动首批挂牌企业登陆科创板、创业板,并持续建设科技创新专板培育企业库,形成梯次培育机制,为我省企业登陆科创板、创业板提供源源不断的后备资源。”

据介绍,湖南省科技创新专板参照上交所科创板的标准设置了三大“准入门槛”:科技硬