



A股半年报榜单透视

上半年797家公司研发投入与净利双增长

■本报见习记者 任世碧

A股半年报收官,除净利润、净资产收益率、现金流等主要财务指标外,投资者还非常关注研发投入。业界普遍认为,研发费用已成为检验上市公司成色的一块“试金石”。

《证券日报》记者对A股上市公司2020上半年报进行梳理发现,上半年共有3455家上市公司披露上半年研发费用投入情况,1966家报告期内研发费用同比增长,占比近六成。其中,有1448家研发费用同比增长超过10%。

797家公司净利同比增长

《证券日报》记者按绝对金额统计显示,报告期内研发费用达到1亿元以上的公司共有572家。其中,中国建筑以90亿元的研发费用位列第一。中国石油、中国铁建、中兴通讯、中国中铁、上汽集团、中国交建等6家公司紧随其后,报告期内研发费用均在50亿元以上。另外,中芯国际以22.78亿元的研发投入领跑科创板公司。

记者进一步统计发现,2020年上半年研发费用同比增长在10%以上的1448家公司中,有907家公司当期研发费用占营业收入的比例超过3%,占比逾六成。

可以看到,研发上持续追加投入已成为上市公司业绩增长的一项重要保障。统计显示,上述1448家公司中,有797家公司上半年净利润实现同比增长,占比55.04%。其中,有216家公司报告期内净利润实现同比翻倍,圣湘生物、兄弟科技等2家公司报告期内净利润同比增长均在100倍以上,牧原股份、金盾股份、万集科技、英科医疗、欣龙控股、大北农、长川科技、星云股份等8家公司报告期内净利润同比增长也均在20倍以上,显示出较强的发展潜力。

“提高研发投入一定程度上表明其更具未来发展动力。”前海开源基金首席经济学家杨德龙对《证券日报》记者表示:“加大研发投入能够提高公司的产品竞争力,从而有利于提高企业经营业绩。我国现在各行业都度过了粗放式增长阶段,进入到精细化竞争阶段,要通过提高产品的质量,提高技术水平来占领市场。由此可见,提高研发投入是实现企业转型和升级的重要方式,也是其巩固行业地位的重要支撑,尤其是研发费用与净利润实现双增长的企业,其未来发展的动力往往更加充足。”

电子等行业“硬核”研发加速

加大研发投入力度使得相关行业硬实力进一步增强。

统计显示,在28类申万一级行业中,有19个行业今年上半年研发费用实现同比增长,交通运输、钢铁、农林牧渔、建筑装饰、有色金属等五大行业报告期内研发费用同比增长均在20%以上。另外,休闲服务、医药生物、公用事业、电子、食品饮料、机械设备等六行业报告期内研发费用同比增长也均逾10%。电子、医药生物等这些硬核科技属性行业不仅研发投入数据亮眼,同时盈利能力也十分强劲,上半年净利润同比增长分别达到20.49%、12.32%。

杨德龙表示:“半年报数据显示,今年上半年,农林牧渔、电子、生物医药等行业研发投入提升较多,这跟行业特点有关系,通过提高研发费用来提高上市企业的竞争力、产品的竞争力,从而为上市企业带来相对持续的盈利水平。”

另外,若将报告期内研发费用占营业收入比例超过3%的公司按研发费用排序,前30家公司中,有9家公司属于电子行业,医药行业以5家公司紧随其后,机械设备和汽车行业各有3家公司入围。

37股获社保与QFII共同持仓

事实上,加大研发投入为企业未来业绩持续稳步增长提供支撑的同时,也为公司股价上行带来了相对保障。正因如此,机构投资者往往青睐上述研发投入增长的公司。

记者统计发现,截至今年二季度末,上述上半年净利润同比增长且报告期内研发费用实现同比增长的797家公司中,306家有机构持股,占比近四成。其中,169家有社保基金持股,占比55.23%;QFII持股的公司也有92家,37家公司今年二季度被社保基金与QFII共同持仓,彰显出配置价值优势。

另据统计显示,基金对上述农林牧渔、电子、生物医药等行业研发投入提升较多的个股也有加仓。金百临咨询首席分析师秦洪告诉《证券日报》记者,这显示出他们对相关行业的看好程度,此类品种后续行情演绎仍具有一定的乐观预期。

秦洪进一步表示,由于未来行业集中度将不断提升,社保基金、QFII等机构资金加仓的行业龙头企业业绩增长将会进一步提速。因此,机构扎堆的行业龙头品种未来趋势仍可观。

本版主编 姜楠 责编 杨萌 制作 白亮
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785

聚光灯下

实探顺风车行业:有车主被罚款 行业合法性引热议

■本报记者 矫月

“现在出门前看一眼顺风车平台,有顺路的就接一单,这种方式比较便捷还节省油费,路上还能有人聊天。”一位北京顺风车车主向《证券日报》记者谈起顺风车时如是说。

另有顺风车乘客向记者表示:“目前,已经适应顺风车出行,在疫情期间由于地铁和公交车都属于密集型场合,所以就改了打车。但由于上下班路程较远,打车的语义太贵,所以我选择了顺风车,不但方便快捷而且顺风车车主都是开的私家车,车上干净也自行每天消毒,价格还比快车便宜一半。现在出门已经习惯打顺风车了。”

记者在多位顺风车车主和业内人士的访谈中了解到,疫情期间,人们出行方式出现了改变,其中,顺风车因为安全便捷和低价成为更多人的出行选择。但是,在《交通强国建设纲要》出台背景下,顺风车迎来发展机遇时,仍有部分地区出现将顺风车当作“黑车”进行处罚的情况,这引起了业内关于顺风车是否合法的议论。

行业治理存忧

2019年9月份,中共中央 国务院印发的《交通强国建设纲要》提出,到2035年,基本建成交通强国。智能、平安、绿色,共享交通发展水平明显提高,城市交通拥堵基本缓解,无障碍出行服务体系基本完善;交通科技创新体系基本建成,交通关键装备先进安全,人才队伍精良,市场环境优良;基本实现交通治理体系和治理能力现代化;交通国际竞争力和影响力显著提升。

在业内人士看来,顺风车的发展正符合纲要中提出的智能、平安、绿色和共享的交通理念,而且,在共享道路的同时还能缓解交通拥堵问题。

“目前,顺风车已经覆盖了400个城市,有17家共享平台为顺风车提供出行服务,有32人的注册乘客,3000万辆的注册车辆,这些数据证明了顺风车在出行行业中已经占到了非常重要的比重。”城市智行信息技术研究院院长沈立军向《证券日报》记者分析道。

“在地方政府管理过程中,用户的出行行为习惯已经具备一定培养的基础,但各个行业之间的竞争出现恶性态势,行业管理和行业发展之间出现脱轨。”沈立军表示:“在极少数地方,顺风车行业治理依然存在乱扣滥罚、连坐处罚、以罚代管等与社会治理创新思想不相适应的现象。”

嘀嗒出行联合创始人李跃军向《证券日报》记者举例称:“曾有顺风车

车主被罚,该车主平均每天接单不到两单,每单十元。一次在上班途中接乘客,被执法人员拦住要出示营运证,车主表示是顺风车,但执法人员说他违反出租车运营办法,最终交了一万元才将证件拿回来。”

那么,顺风车到底是合法还是不合法呢?

李跃军向《证券日报》记者表示:“2016年国办发[58号文]《关于深化改革推进出租汽车行业健康发展的指导意见》明确规范了私人小客车合乘(又称:拼车、顺风车),是由合乘服务提供者事先发布出行信息,出行线路相同的人选择乘坐合乘服务提供者的小客车、分摊部分出行成本或免费互助的共享出行方式。”

记者查阅[58号文]相关内容可见,“私人小客车合乘有利于缓解交通拥堵和减少空气污染,城市人民政府应鼓励并规范其发展,制定相应规定,明确合乘服务提供者、合乘者及合乘信息服务平台等三方的权利和义务。”

李跃军继续表示,2016年国办发[58号文]号文件号召各个地方政府对顺风车给予鼓励、规范发展。

在业内人士看来,顺风车之所以被人认为是非法经营主要是因为有的“黑车”司机加入了顺风车的行列,尤其是在2018年顺风车出现安全事故以后,对于顺风车来讲是极大的打击,不管是订单也好,还是对整个行业声誉都造成很大损伤。

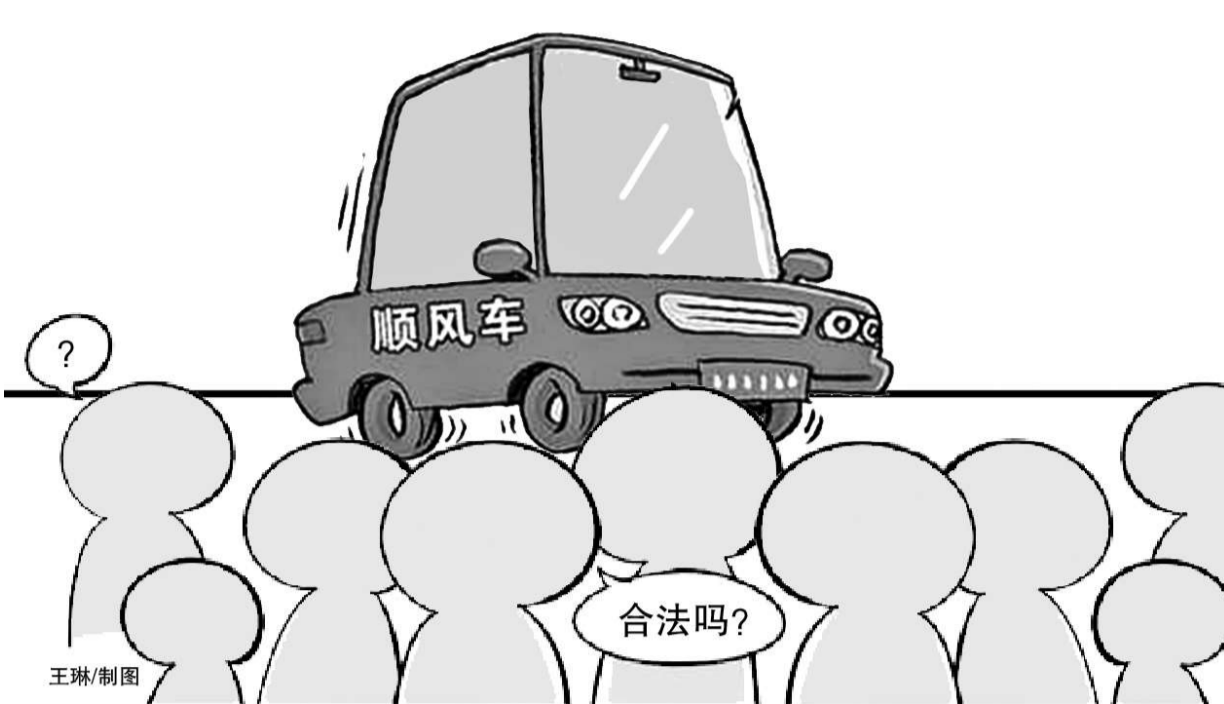
据一位顺风车平台知情人士向《证券日报》记者透露:“此前顺风车事故频发就是因为开车的人实为黑车司机,该人有时一天接单次数约达20次,相当于网约车的接单次数。”

为了将黑车司机排除在顺风车行业之外,通过多次的整改和研讨,“每天接单不超4次和必须顺路”等规则被一些大型顺风车平台所认可。

有业内人士向《证券日报》记者表示,顺风车并不是网约车,因为国家提倡的是在上下班有出行需求的基础上顺风搭乘客,其出行路线和次数是有限定的,而不是同网约车一样全天职业开车接送人,两者性质不同。

“根据嘀嗒顺风车数据显示,每天接单比较活跃的车主平均一天的接单数是1.6单,平均每日收入是52元。假设顺风车车主满负荷接单,其每个月的收入也就1500元左右,最终算出来平均每公里价格是1.04元。根据现在的定价体系,顺风车车主不具备可盈利性,因此能够有效地防范以盈利为目的的黑车司机。”李跃军如是说。

李跃军认为,顺风车并非非法营运。“真正的顺风车有两个本质特



王琳/制图

征,一个是真顺路,第二个是低定价,真顺路就是车主必须以自我出行为目的为前提,车主出行不会额外增加上路车辆。低定价就是车主不以营利为目的,而是以顺路合乘分摊出行成本为目的。”

法律缺失

虽然顺风车行业自行制定了多项措施保证顺风车的安全性和便利性。但是,在法律层面,顺风车的运营是否合法却是各地有着不同的定义。而对于顺风车是否需要法律定性的问题也引来业内的激烈讨论。

中山大学的高秦伟教授表示,58号文里没有明确规定顺风车应该怎样去监管,它不像网约车那么清晰,只是说了城市人民政府应该鼓励并规范其发展,制定相应的规定等。在这样的背景下,很多地方制定了一些规范性文件,把顺风车和网约车、出租车进行了区分,但是也有很多的差异,例如顺风车的发行、运载的次数限制等,有一些地方性差异。

“顺风车存在法律规范和监管不统一的问题。有些地方制定了顺风车的规范性文件,有处罚的依据,但有部分地区没有相关规定,就会以出租车或网约车经营管理办法进行处罚。”高秦伟教授如是说。

对此,李跃军分析称:“我们看到个别地方在打击非法营运,而且处罚金额比较高,这和我们在坚持真顺风车的基础上坚决抵制非法营运是一致的,但也有一些地方会把真顺风车以

非法营运来处罚,这说明我们还需要跟当地的管理部门进行更多沟通,并尽快对什么是真顺风车,什么是非法营运达成共识。”

国家发改委中国城镇化促进会副主席王平生向《证券日报》记者分析:“社会对顺风车的认识、理解、宣传有短板,顺风车与非法网约车不能混为一谈,而是需要人们有正确的区分。另外,在坚决打击一些非法营运和公共安全的基础上,要倡导绿色出行,顺风车快捷出行作为各个研究部门和政府部门、社会部门的重要研究内容。”

“顺风车这种新的业态,新的互联网技术,给法律提供了挑战,但法律绝不能阻碍这个行业。”中国法学会网络信息研究会副会长、北京科技大学知识产权研究中心主任徐家力向《证券日报》记者表示:“我们要拥抱新技术,让法律给它留出空间,而不是用法律来整治。同时我们要研究现有的法律,研究现有的文化,从法律角度为新的业态保驾护航。”

高秦伟教授认为,现在的监管有一种关联性,很多事情可以先由市场自己来解决,首先应该是由企业自己介入,最后进入政府监管,是这样一个过程。

亟需规范发展

沈立军分析称,顺风车能够助力生态文明和交通强国的建设。从2014年9月份到2019年12月的数据可以看到,顺风车主和乘客共同行使260亿公里,减少碳排放700万吨,等于培植

了66万公顷森林。

不过,王平生认为顺风车社会改革服务社会的作用尚没有充分发挥出来,他表示:“2019年,全国的私人小轿车保有量接近2.26亿辆,但是据有关的测算表明,具有分摊出行成本意愿的占到一半以上,但目前注册的车辆仅占目标群体的25%,还有75%的潜力可以挖掘。”

“顺风车有助于推动城市的可持续发展,作为绿色出行方式,在北京,每辆小汽车坐两个人,303万辆私家车可以提供22.1亿人次出行。”沈立军认为,共建、共治、共享是未来顺风车必经的发展道路,但行业规范发展是基础,应制定一系列地方管理政策以及行业标准,以便为政府提供一个有效的管理抓手,也是平台、用户管理和行业自治的抓手。

沈立军希望,能理清顺风车车主、乘客以及平台之间的法律关系,为整个行业的发展提供法律的支持。王平生表示:“经过几年的发展,我们扩大了顺风车的影响,但仍有些地方存在打着顺风车的名义从事非法营运的情况。因此,必须迅速地建立和完善交通运输新业态、协同发展的监管机制,促进理性发展、安全发展、健康发展。”

“顺风车行业应抓紧实施国务院鼓励政策导向型的一些措施,政府应出台更多的福利支持政策,要研究合乘车的车籍限制,合理设置车主成本分摊模式,用奖励的办法,评分奖励、经济奖励、专用车道奖励等等解决问题。”王平生如是说。

消费品行业加速拥抱互联网 逾百家品牌引入无接触贷款

■本报记者 李乔宇 吴文婧

供应链金融正在迎来一次新的变革。日前,网商银行对外表示,疫情正显著加速消费品行业拥抱互联网的速度,超过100家消费品品牌引入无接触贷款,通过这一方式向上下游小微企业提供资金支持。

同时网商银行公布了“数字供应链金融升级计划”,正在实现和钉钉的全面打通,未来五年,预计将与1万家品牌合作,通过供应链金融方式服务1000万小微企业者。这意味着,供应链金融这一原本只有大品牌、大经销商才能使用的金融工具将进入“普惠阶段”。

消费品牌加速拥抱互联网

疫情冲击下,提升产业链数字化水平成为更广泛的共识。“今年我们这儿遇到洪水,马上又中秋了,这段时间资金是比较紧张的。”益海嘉里安徽寿县经销商朱海说,以前

当兵时参加过一线抗洪,这次在后方也一定不能让老百姓缺吃的喝的。

7月份洪水影响达到高峰,激增的补货需求,让朱海一时间感到了资金周转的紧迫。当时,益海嘉里已经引入网商银行的数字供应链金融,朱海通过线上申请的方式,几分钟便获得了260万元的无接触贷款。钱很快打到了益海嘉里的账上。没过几天,朱海把新购的面粉油等民生商品送到了大大小小的饭店、超市。

“以前基本上是经销商自己到银行做各种贷款,手续比较复杂,可能有抵押等条件。”益海嘉里食品营销有限公司浙江分公司总经理王瑞表示,经销商开通网商银行的贷款后,对利率相对比较满意,对手续的方便性也比较认可,特别是小经销商得到的帮助比较大。

疫情放大了传统供应链金融的痛点。五得利市场公关部总监刘子琦也指出,原来经销商在贷款方面存在一些痛点,如金融机构贷款手续繁琐,需要抵押担保等,由此效率也比较低。

当经销商没钱进货时,以个人名义贷款利率比较高,相同金融机构在不同地域的政策也不统一。

最后留下一个共性问题,资金成为制约经销商发展的主要因素。

“我们跟网商银行合作以后,这些问题都得到了非常好的解决。”刘子琦谈到,“经销商在线上就可以拿到款,根本不用出门,是无接触放款,而且是普惠金融服务,深受经销商欢迎。”

“经销商稳定了,‘青山’就在。”妙洁业务本部总经理张振文说,妙洁主动拥抱互联网,一方面加强线上渠道的销售,另一方面引入网商银行的无接触贷款,以应对线下需求回暖,经销商整体信贷通过率提升了20%,经销商所拿到的无接触贷款,只能定向用于采购货品,保障资金流入实体经济。

几个月时间过去,妙洁不仅稳住了销量,部分产品系列逆势增长超过两位数。和妙洁、益海嘉里、五得利一样,立白、思念等百家品牌,也集中引入无接触贷款,为经销商业务持续增长解除后顾之忧。

神州数码云战略转型三年 问鼎中国MSP领域市场份额第一

■本报记者 谢若琳

神州数码云战略转型初见成效。财报显示,2020年上半年,神州数码整体营收实现406.21亿元,其中,云及数字化业务实现营收10.38亿元,同比增长88.12%。在云及数字化业务中,云转售业务实现营收9.41亿元,云管理服务及数字化解决方案(MSP+ISV)实现营收0.97亿元。

9月2日,神州数码集团董事长兼总裁郭为与高管团队一起,在公司业绩半年度交流会中分享了公司开启云战略转型三年来的成果与思考。

“如果给过去三年云业务打分的话,应该是100分。”郭为对《证券日报》记者

表示,神州数码云业务从0起步,用三年时间成为中国MSP市场的第一名,其背后的意义在于:第一,公司从传统业务扩展至云的新业务;第二,在高速发展的市场环境中,公司显露出成长性。

郭为认为,十年之后,没有企业不是“在云上”了。

2017年,神州数码全资收购了国内领先的云原生企业上海云角,开启全面云战略转型,并提出将着力打通从上游海量云资源聚合到云增值服务的完整云服务价值链。

时隔三年,2020年7月份,全球权威咨询机构IDC发布《中国第三方云管理服务市场份额报告2019》,神州数码问鼎榜首,位列中国MSP市场份额第一位。

4月20日,国家发改委再次明确了“新基建”的三个方向,也就是信息基础设施建设、融合基础设施建设、创新基础设施建设。

“这与我们此前多次提到的面向XaaS的IT基础设施重构,基于数据和知识的核心竞争力重塑以及面向场景的业务和技术的融合创新,可谓异曲同工,作为一家以科技创新驱动的,提供云及数字化服务的企业,我们很高兴看到国家在大力倡导上云用数赋智,这也将对企业数字化转型带来更强劲的推动力,而另一方面,我们也非常振奋,因为神州数码正在努力去做的事情,就是帮助中国的各行各业完成‘新基建’,实现数字时代下的价值

的重构。”郭为表示。

此外,2020年上半年,神州数码成为鲲鹏计算产业生态的核心成员之一。5月份,神州数码首个基于鲲鹏处理器的自主品牌服务器和IPC生产基地在厦门正式落成投产。生产基地采用全球领先的智能制造技术和精益生产管理模式,并应用多项神州数码自主研发的支撑系统,可根据客户需求差异,进行敏捷、高效的柔性化生产,预计实现年产量40万台-60万台。

神州数码集团副总裁兼企业业务集团总裁韩智敏表示:“生产基地的落地投产,是我们自有生产能力转型的重大标志。我们建了30万级的无尘车间,同时打通了MES系统、物流管理系

统、仓储管理系统、SAP系统、CRM系统五大系统,具备了试制和量产的能力。通过这样先进的智能化生产基地的打造,开启了公司自有品牌生产设计研发能力转型的新阶段。”

“未来,神州数码将持续坚定向云和数字化布局的战略方向。一方面,我们将持续坚持自主创新,在服务企业数字化转型的过程中,积累了丰富的产品、方案,构建起全栈云服务能力。另一方面,我们也在携手合作伙伴加速构建一个全新的数字产业和技术生态,为广大家企业客户提供多样化的站式云资源、上云服务与数字化转型服务,最终实现包括客户、合作伙伴在内的价值共赢。”郭为表示。