



年报看点

# 毛利率增至93.99%日赚1.28亿元 贵州茅台抛242亿元“大红包”成A股分红王

■本报记者 王鹤 实习生 冯雨瑶

毛利率增至93.99%、日赚1.28亿元、豪气分红242亿元……3月30日晚间，贵州茅台发布的2020年年报，一串亮眼的数据再度博得市场的眼球。

年报显示，2020年，贵州茅台实现营业收入979.93亿元，同比增长10.29%；实现归母净利润466.97亿元，同比增长13.33%，相当于日赚1.28亿元。高盈利下，贵州茅台披露巨额现金分红计划：拟以2020年年末总股本125619.78万股为基数，对公司全体股东每10股派发现金红利192.93元(含税)，共分配利润242.24亿元。

毛利率方面，2020年，贵州茅台酒类销售毛利率91.48%，同比增长0.11个百分点；其中，茅台酒销售毛利率93.99%，同比增加0.21个百分点。

2020年，贵州茅台年度业绩目标为“营收同比增长10%左右”，在完成此目标的基础上，2021年，贵州茅台方面列出两大经营目标：一是营业收入较上年度增长10.5%左右；二是完成基本建设投资68.21亿元。

## 营收逼近千亿元

贵州茅台晒出了一份亮眼的“成绩单”。

作为白酒行业龙头，2020年，贵州茅台实现营业收入979.93亿元，其中酒类收入948.22亿元，同比增长11.10%。回顾公司以往业绩，贵州茅台营业收入规模不断登上新台阶，据东方财富App数据显示，2015年-2019年，贵州茅台的营业

总收入分别为334.5亿元、401.6亿元、610.6亿元、772.0亿元、888.5亿元。

业内人士预计，按照10.5%的目标增速，贵州茅台的营业总收入有望在2021年突破千亿元大关。

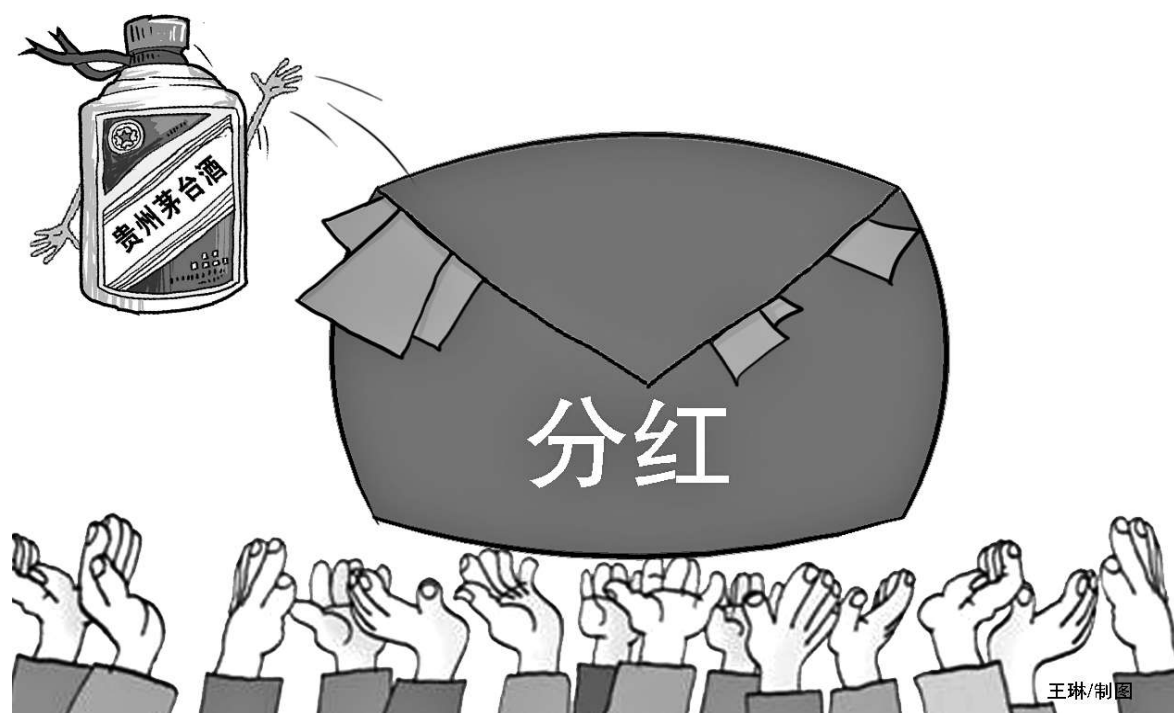
细分产品来看，大单品茅台酒依旧是贵州茅台的主要收入来源。据年报披露，2020年，茅台酒营业收入为848.3亿元，占比超85%，同比增长11.91%；其他系列酒营业收入为99.91亿元，占比10%以上，同比增长4.7%。

销售渠道方面，近两年在贵州茅台一面削减经销商、一面加码直销的渠道变革之下，成效渐显。数据显示，2020年，直销渠道为贵州茅台带来了132.4亿元收入，相较2019年增幅达82.65%。

“2020年，公司围绕‘计划不变、任务不减、指标不降、收入不降’工作目标，在逆境中超额完成年度主要目标任务，为‘十四五’发展奠定了坚实基础。”贵州茅台在年报中总结道，步入“十四五”之际，贵州茅台再披冠以新的使命。

前不久，贵州茅台母公司——茅台集团公开称，将力争在“十四五”期间成为贵州首家世界500强企业，其中，贵州茅台担任着“挑大梁”的角色。

民生证券发表研报指出，据2020年世界500强榜单，实现这一目标茅台集团收入需达到约1800亿元。假设股份公司营收占集团公司90%，若2025年实现该收入目标，折合2021年-2025年营收复合年均增长率需达到约11%，即未来几年公司仍需保持双位数的收入增长速度。公司2021年经营目标是营业收入较上年增长10.5%，这一



目标实现难度较小。

“国际化”的号角已然吹响，不过，在部分接受《证券日报》记者采访的专家看来，实现这一目标仍任重道远。

“茅台的真正目标不应该是营收规模有多大，而是要不断扩展业务的边界。如今，茅台核心产品依然是飞天茅台酒，其他品类拓展完善可陈。如果可以分层次，各品类都有一个爆款产品，对于茅台未来发展会更加有利。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林向《证券日报》记者表示。

“应该说这是一项长期的工程。”知趣咨询总经理、酒类营销专家蔡学飞向《证券日报》记者说，“进军‘世界500强’，茅台不单需要国

内消费市场，更多需要解决茅台酒的国际化发展问题。”

## 慷慨派发242亿元“大红包”

“相对于90%的上市公司而言，茅台的分红算是很高了，这是它优秀的商业模式决定的。”一位持有贵州茅台股票近五年的投资者王先生(化名)向《证券日报》记者表示，茅台的“大手笔”分红是对投资者很好的回馈。

在贵州茅台披露年报的一刻，除去其高强的赚钱能力，年度现金分红计划也是备受市场关注的聚焦点。

贵州茅台在年报中披露，拟以2020年年末总股本125619.78万股

为基数，对公司全体股东每10股派发现金红利192.93元(含税)，共分配利润242.24亿元。据悉，此次分红是贵州茅台上市以来的新高。

贵州茅台奉行的高分红回报，是上市公司对股东及投资者最大的诚信体现。公司董事长高卫东曾在之前的股东大会上坦言：“从理性角度讲，你们是茅台的投资者；从情感角度讲，你们是茅台的‘家人’。无论是哪一种角色，初衷都是希望茅台的发展会更好。”

据同花顺iFind数据统计显示，从上市至今，贵州茅台累计现金分红总额达971.44亿元，约为上市首发募资额的44倍，占公司上市以来净利润总额的36%，可谓A股市场中的“分红王”。

# 2020年营收破4000亿元 万科欲挣“慢钱”

■本报记者 谢岚 见习记者 李显丞

3月30日晚间，万科发布2020年年报，去年实现营业收入4191.12亿元，归属于上市公司股东的净利润415.16亿元，分别同比增长13.92%和6.80%。在总体较为稳健的经营业绩下，万科的物业、物流、长租公寓等业务显现出较快的发展速度。

在次日举办的业绩发布会上，万科董事会主席郁亮表示：“国家经济发展从高速发展逐渐过渡到高质量发展，房地产行业也需要一个从规模速度到质量效益方面的转变。‘三道红线’‘双集中’等政策的出台，标志着行业进入了一个非常明确的管理红利时代，房子要回归居住属性，房地产要回归实业属性，行业回报水平将向社会平均水平靠拢。”

## 多元化业务初见成效 物业营收同比增长超27%

年报显示，地产主业方面，2020年万科开发经营业务实现销售面积4667.5万平方米，销售金额7041.46亿元，同比分别增长13.5%和11.6%，占全国商品房市场份额约4.03%。

从行业角度看，在体量较大的背景下，万科的销售增速超过了平

均水平。去年，房地产行业在疫情的影响下走出了V型反转的趋势。国家统计局数据显示，2020年商品房销售额17.36万亿元，同比增长8.7%；商品房销售面积17.61亿平方米，同比增长2.6%。

相比开发业务，万科的多元化经营业务实现了更快的增速。

物业服务方面，2020年，万物云实现营业收入182.04亿元，同比增长27.36%；租赁住宅方面，万科旗下集中式长租公寓品牌“泊寓”实现全年营业收入25.40亿元，同比增长72.33%；物流仓储方面，万科旗下“万纬物流”已成为中国规模最大的冷链物流综合服务商，2020年管理项目实现营业收入18.7亿元，同比增长37%，其中高标准和冷库收入同比分别增长29%和60%。

“房地产行业从开发为主转变为开发经营为主，房子更耐用耐用消费品，开发业务越来越像制造业。我们的经营业务，包括长租公寓、酒店、办公、商业等，本质上都是内容的经营，越来越像服务业。”郁亮表示，“企业不能再像过去那样囤积原材料，赚土地升值钱，万科要脚踏实地向制造业学习，靠我们的劳动去挣制造、创造和服务的钱。”

收入维度以外，截至2020年末，万物云累计在管面积5.66亿平

方米，其中一半来自万科以外的项目，签约及接管面积持续扩大；“泊寓”开业规模达14.24万间，整体出租率超过95%；“万纬物流”累计在44个城市管理148个项目，可租赁建筑面积达1148万平方米。

中国房地产数据研究院院长陈晟在接受《证券日报》记者采访时表示：“万科基本上还是相关多元化的发展，这和万科选择的赛道也有关系。这些赛道既能形成正常的运作利润又能够形成第二曲线，整体来看万科在商业、物业、物流方面表现不错，也使得其整体行业地位又重新回到综合能力第一的状态。”

## 向管理要效益 计划一季度步入“绿档”

2020年至今，“三道红线”、房地产贷款集中度管理、供地两集中等制度相继出台，全方位的监管网络构筑成型，房企在融资、拿地、回款等方面受到前所未有的严密监管，依靠土地和杠杆就能快速崛起的时代一去不复返。

万科在年报中坦言，重点房地产企业资金监测和融资管理、房地产贷款集中度管理等重大政策的相继推出，将重新定义行业规则，推动行业加速进入管理红利时代。企业

必须摒弃旧有模式下一味追求规模扩张的思路，更加重视增长的质量。数据显示，在地价房价比走高的趋势下，去年包括万科在内的多家头部上市房企毛利率出现下滑。2020年万科房地产及相关业务的毛利率为22.6%，较2019年下降4.6个百分点；碧桂园2020年毛利率为21.80%，较2019年下降4.26个百分点；华润置业和中国海外发展，2020年的毛利率也下降了7.05个百分点和3.61个百分点。

在此情形下，行业未来的机会在哪里？对此，郁亮表示乐观：“房地产仍然有强大的生命力，但跟过去不一样的地方是机会不再唾手可得。沿着客户需求和城市发展两条主线，行业还有大量机会，能否抓住取决于我们有没有能力去解决客户的痛点。”

郁亮进一步称：“我相信虽然我们不能再挣大钱和快钱，但我们还是可以靠自己的努力去挣慢钱、长钱和老本钱。”

值得注意的是，在房地产行业的管理红利时代到来之际，万科继续保持业内最安全的财务水平。根据年报，截至报告期末，万科持有货币资金1952.31亿元，货币资金对一年内到期的有息负债的覆盖倍数为2.4倍；净负债率为18.09%，较2019

年末下降15.78个百分点，连续20年低于40%。2020年，万科实现经营净现金流531.88亿元，同比增长16.42%，连续12年为正。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜告诉《证券日报》记者：“万科作为比较规范的上市公司，内部治理相对有效，财务风格比较稳健而且市场敏感度比较高，在历次行业下行之前都会提前做好现金储备以保障企业的稳健运行，万科的经营性净现金流增长正是这一稳健风格在财务指标上的反应。”

柏文喜认为，万科加大可使用现金储备是为未来“备荒”，在为行业低潮期储备“弹药”，从万科多年来的表现来看长于此道。

对于杠杆的使用充分度问题，郁亮表示：“今年土地集中供应对于资金实力来说，要求很大的弹性，否则会有很大压力。万科约18%的净负债率可能正是为了等待市场变化的机会，并不是有意要保持这么低的水平，保持合理净负债率就可以了。”

截至2020年末，万科剔除预收款后的资产负债率约为70.4%，较70%的红线要求略超0.4个百分点。万科表示，将提升资源转化效率，加快回款速度，量入为出，保障流动性安全，有信心在一季度回归“绿档”。

# 赣锋锂业去年净利润10.25亿元 碳酸锂去年价格强势反弹形成支撑

■本报记者 李春莲 见习记者 曹琦

3月30日晚间，赣锋锂业披露2020年年度报告，赣锋锂业营业收入由2019年的53.42亿元增加至2020年的55.24亿元，增长率为3.41%；归属于上市公司股东的净利润由2019年3.58亿元增加至2020年的10.25亿元，同比上升186.16%。归属于上市公司股东的净资产由2019年的83.55亿元增加至2020年的107.06亿元，增长率为28.13%。

其中，国内业务营业收入为39.23亿元，占营业收入的71.02%，同比上升11.89%，海外业务营业收入为16.01亿元，占营业收入的28.98%，同比下降12.79%。公司方面表示，主要因为多家与公司长期

合作的海外汽车OEM厂商近年在国内建厂，导致公司出口业务减少。

根据生意社数据监测显示，2020年碳酸锂价格整体呈现上行趋势。全年从第二季度开始碳酸锂价格就处于持续走低中，下跌幅度逐渐累积增大，直至11月份开始碳酸锂价格迎来全面回升，碳酸锂市场呈现利好态势，可谓供不应求。

数据显示，2020年12月28日工业级碳酸锂华东地区均价为50000元/吨，与年初(1月1日)44400元/吨相比上涨了12.61%。12月28日电池级碳酸锂华东地区均价为54600元/吨，与年初(1月1日)51000元/吨相比上涨了7.06%。

赣锋锂业各季度业绩因而也表现不一，数据显示，2020年第四季度公司归母净利润环比大增，从第三

季度的1.74亿元上升至6.94亿元，营业收入则从15.06亿元上升至16.31亿元，利润增长远超营收。

进入2021年，碳酸锂需求依然旺盛，供应紧张下价格仍在上涨。据生意社数据监测，3月份碳酸锂华东市场价格持续平稳上涨。截至3月26日，工业级碳酸锂华东地区均价为86600元/吨，与月初均价相比价格上涨11.6%。而3月26日电池级碳酸锂华东地区均价为90200元/吨，与月初均价相比价格上涨了8.94%。

“当前各国不断加大对电动汽车的推广力度，多国纷纷推出高强度电动车支持政策，通过加大补贴力度来激发终端用户需求，全球汽车电动化正迈入加速期，导致今年公司锂产品供应紧张，预计今年锂盐产品都将

处于供应偏紧的状态。”赣锋锂业相关负责人告诉《证券日报》记者。

据新余市工信局披露，赣锋锂业1月份-2月份营业收入同比增长90%以上，预计2021年一季度锂盐产量同比增长100%以上，营业收入同比增长50%以上。“碳酸锂仍处于持续增量中，近期供不应求状况持续，而行业产能不足状况预计仍将维持，短期内后市价格或仍有上行空间。”清晖智库创始人、经济学家宋清辉告诉《证券日报》记者。

为取得优质且稳定的锂资源，赣锋锂业加大力度布局上游产业链，加强锂原料储备。例如，丰富与拓宽了原材料的多元化渠道供应，去年进一步增持Minera Exar的股权比例至51%，并实施控股，用以帮助推动阿根廷Cauchari-Olaroz锂盐

湖项目投资开发进度。并继续增持墨西哥锂黏土项目公司Sonora的股权比例，积极探索多元化的锂资源供应。

记者了解到，今年赣锋锂业还将扩产以满足锂需求的不断增长，公司年产5万吨氢氧化锂扩建项目于去年10月底开工点火，于11月份开始试生产，大约需要3个月的产能爬坡期，2021年正式投产。

新增的生产设施将扩充公司的产能以应对业务的快速增长，公司将根据未来锂产品的市场需求变化和评估选择扩充产能，并计划于2025年形成年产10万吨LCE矿石提锂、10万吨LCE卤水及黏土提锂产能。未来计划形成不低于60万吨LCE的锂盐供应能力，以及与之相匹配的更具竞争力的锂资源项目储备。

## 2020年实现营收4317.86亿元 工业富联入局新能源汽车 打造新增长点

■本报记者 赵学毅 见习记者 林婷莹

2021年3月31日，工业富联举行2020年度业绩说明会，公司参会高管就多个外界关注的问题进行了回应，包括备受瞩目的入局新能源汽车计划、工业互联网业务营收增长和其中灯塔工厂的发展现状等。

工业富联此前发布的2020年度业绩报告显示，公司去年实现营收4317.86亿元，同比增长5.65%；实现归母净利润174.31亿元，同比减少6.32%。此外，公司当期研发投入达到100.37亿元，创下上市以来最高纪录，为其稳固业内领先优势提供了支持。同时，公司正式宣布进军新能源汽车行业，重点切入核心零部件智能制造与车联网领域。

在业绩说明会上，工业富联首席执行官郑弘孟向媒体表示：“新能源汽车的制造与公司过去积累的精密制造经验有很多相通的地方，工业富联既然能够在高端精密金属构件做出亮眼的业绩，也有信心把这些技术运用到新能源汽车上。”

## 入局新能源汽车受关注

工业富联宣布进军新能源汽车产业的信息成为市场关注焦点。公司2020年业绩报告显示，工业富联将以高端精密制造的技术、灯塔工厂的模式，借助集团在新能源汽车的战略布局，以及MIH(由富士康开发的汽车底盘和软件平台)的上千家国内外车厂、供应商渠道入局新能源汽车核心零部件的智能制造，并以物联网和车载系统切入车联网领域。

据了解，过去在新能源汽车包括车联网领域，工业富联和数个日本与欧洲知名车厂已经有合作关系，比如在4G模块、通讯和车联网相关的产品合作。对于入局新能源汽车，郑弘孟表示，随着汽车行业进入ICT时代和平台化模式，工业富联将致力于成为零部件供应商的服务厂商以及集成厂商。

据介绍，工业富联将借助积累的智能制造经验，以及工业互联网平台跨行业、跨领域的实施能力，朝三个方向发展。第一，是通过其高端精密构件及电机件的集成技术和制造能力，转化到新能源汽车的相关高端精密制造中。第二，通过灯塔工厂的模式建立新能源汽车核心零部件的智慧制造和服务，协助集团MIH平台的生态伙伴在零部件的智能制造。第三，则是通过5G、物联网、车载系统等核心技术切入车联网应用领域。

“在生产制造上，一旦进入EV新能源汽车核心零部件的新领域，我们也会将多年来在电子行业积累的材料工具装备技术、独特制程工艺能力应用到新能源汽车，努力实现电动车的轻量化和精密化。”郑弘孟补充道，“手机精密构件的很多工艺和智能家居的技术，也可以转移到汽车上。”

谈及工业富联的入局，北京特亿阳光新能源总裁祁海坤向《证券日报》记者表示：“之前新能源汽车粗放型发展模式出现了一些产能资源浪费、结构扭曲等问题，影响了新能源汽车行业的可持续发展。未来工业富联可发挥其核心零部件制造优势，将自身打造成新能源汽车智能制造中心和产业链枢纽，在加速行业数字化、智能化生产的同时，引领新能源汽车产业结构、分工方式等新格局的重塑。”

在中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林看来，工业富联以供应商的定位入局，优势之一便在于不用面对新能源汽车市场的不确定性。他向《证券日报》记者补充道：“随着新能源汽车替代汽油车的趋势发展，围绕新能源汽车的标准配件越来越多，人行门门槛逐步降低，所以此时工业富联借助其在消费电子代工领域积累的下游需求方，结合其管理能力，可以很快切入到新能源汽车代工的赛道，以此作为支点逐步向上游配件和无人驾驶系统领域谋求进一步拓展。”

## 工业互联网业务营收增长显著

实际上，工业富联此番高调宣布进军新能源汽车产业，离不开2020年各业务板块营收的稳健增长和公司一直以来围绕“智能制造+工业互联网”双轮驱动战略积极布局多元化业绩增长点做法。

数据显示，从行业角度看，2020年公司云计算业务贡献了1753.06亿元的营收，同比增长7.6%。此外，毛利率最高的工业互联网业务虽然仅贡献营收14.41亿元，但同比增长率达到了130.85%，实现翻倍增长。

据了解，在工业互联网领域，工业富联致力以集成创新模式及端到端的完整解决方案，为中国制造业智能化转型升级提供最佳路径。目前工业富联已为超过50家企业落地了工业互联网服务，包括中车集团、广汽新能源、新华医疗等，领域横跨汽车及零部件、家装卫浴、烟草、水泥等行业。

在业绩说明会上，工业富联董事长李军旗向《证券日报》记者表示：“工业富联从开始到现在内部建设了十座智慧工厂，其中有被世界经济论坛认证的‘灯塔工厂’，也有与龙头企业合作的智慧工厂。”

“在推广过程中，我觉得灯塔工厂的核心技术突破，要形成标准、打造生态，才能够充分发挥工业富联的三大优势——我们有过去几十年的制造经验、有庞大的应用场景、同时是一个国际化的公司并在全球11个国家有研发生产基地。未来，工业富联将助力把中国的灯塔工厂标准争取推向全球。”李军旗进一步表示。

此外，报告期内，工业富联在5G相关设备领域的研发包括基站路由器、400G交换机、基站RU、小基站、路由器及5G模块等，实现了从传输网络、接入网络到终端网络的全覆盖，并通过合作伙伴将5G解决方案应用于智慧机场及智慧园区等场景。

值得一提的是，工业富联2020年的研发投入金额达到了100.37亿元，同比增长6.5%。郑弘孟表示，在2020年极具挑战的情况下，公司坚持加大研发投入，“以智能手机精密构件业务为例，工业富联持续投入强大的前沿技术开发团队，并在智能化等能力上形成强大的竞争壁垒。在5G及智能家居方面，也积极开展新产品和应用，为业绩提供有力支撑。”