

财报看点

战略转型成果显现 长安汽车去年扭亏为盈

■本报记者 王鹤 实习生 冯雨瑶

疫情背景下,去年以来,长安汽车坚定推进战略转型,实现生产经营逆势上扬。年报数据显示,2020年,长安汽车实现收入845.6亿元,同比增长19.79%;实现归属于上市公司股东的净利润为33.2亿元,同比扭亏为盈。从汽车销量数据来看,2020年全年,长安汽车实现整车销售200.4万辆,同比增长14.0%。

战略转型成果显现

2020年,长安汽车坚定第三次创业方向,围绕“快收缩、省支付、转方向、建生态、抢储备、防卡脖、稳队伍、保安全”的总体战略,打了一场漂亮的翻身仗。年报数据显示,2020年,长安汽车聚力打造经典产品,并按时间推动其

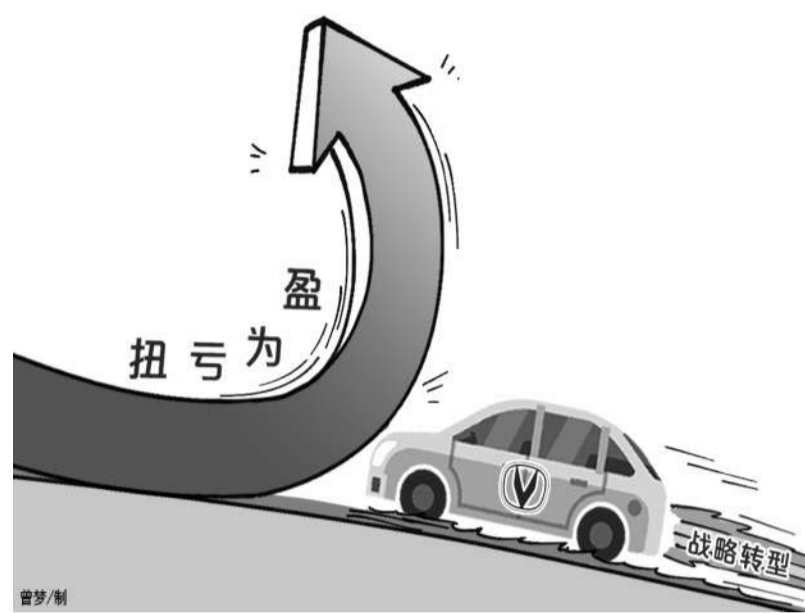
投产上市,实现了销量的“大丰收”。具体来看,CS75PLUS连续9个月销量突破1.5万辆,助推CS75系列全年销量突破26.7万辆;逸动PLUS自3月底上市以来,连续9个月销量破万,稳居中国品牌紧凑型轿车第一位。此外,长安汽车旗下CS55PLUS、CS35系列、欧尚X7、欧尚X5等车型也成为2020年的明星产品。在持续打造经典产品的同时,长安汽车在中高端市场也迎来突破。2020年,长安汽车拉动品牌向上向新,发布全新中高端UNI序列。首款车型UNI-T自6月份上市后,仅用半年时间就售出近7万辆,为长安汽车开辟了新的增量市场。

除了终端销量上发力,去年以来,长安汽车还持续深化战略合作,与华为、宁德时代联手在高端智能汽车品牌、高科技高端产品等方面进行积极探索和开拓。展望未来,长安汽车在年报中表示,公司仍将坚定第三次创业方向,通过强主业、快转型、抢市场、建生态,加快向智能低碳出行科技公司转型。同时,强化制造优势,加快科技能力提升,以科技为手段,“智能化、电动化”为特征,推动公司向共享产

业、生态产业发展,形成“新汽车+新生态”产业公司。

持续推进新能源战略

2020年也是长安汽车持续推进新能源战略——“香格里拉计划”的一年。年报显示,去年,在新能源战略推动下,长安汽车掌握了七合一电驱动总成、纯电平台EPA1、EPA2、安全电池等17项核心技术。此外,长安汽车与宁德时代、奥动、国网、铁塔等换电联盟伙伴打造的长安新能源首座智慧换电示范站,也正式对外开放并投入示范运营,动力电池换装1次仅用时30秒。据长安汽车透露,预计2021年公司及其控股子公司投资计划为35.6亿元。其中,固定资产投资22.7亿元,将持续聚焦新产品和研发能力建设,加大高端新能源产品的投入,持续提升智能化、造型等核心研发能力及数字运营能力。新能源汽车步入快速发展期,在政策的不断加持下,新能源行业成为传统车企未来转型的主要方向。“未来,新能源汽车的核心发展方向,还是要聚焦电动化,也就是说,



通过电动化的发展来实现对燃油车的替代,进而推动整个产业链的发展。”乘联会秘书长崔东树告诉《证券日报》记者,“整体来看,完善产业链应该是目前新能源发展的关键,尤其要巩固电动车方面的优势。”“新能源汽车是一个市场自我演化的过程,新能源汽车替代内燃机要循序

渐进。特别是现阶段很多城市道路拥挤,很多小区无法进行电动车充电桩的改造,而电动车的发展需要电力设施有一定的承载能力,所以在停车、充电桩等方面要综合考虑。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长长益和林对《证券日报》记者表示,“先完善基础设施,再推进新能源汽车是良策。”

全年新签订单近50亿元同比增136% 大禹节水去年实现净利润9877万元

■本报记者 刘欢

4月19日晚间,大禹节水发布2020年年报,公司去年实现营业收入20.18亿元,同比下降6.84%;实现归属于上市公司股东的净利润9877.21万元,同比下降23.68%。公司还公布了2020年利润分配预案,拟每10股派1元(含税),拟派发现金红利总额7875.61万元。大禹节水表示,“报告期内,受疫情影响,公司存在一定程度的因客户推迟项目招投标,从而导致部分项目开工延迟、建设结算进度及收入确认进度情况不及预期的情形,从而导致公司业绩下降。”值得一提的是,虽然业绩有所下降,但大禹节水去年新签订单大幅增长。公告显示,大禹节水2020年全年新签订单49.71亿元,同比增长136%。此外,公司预计今年一季度实现归属于上市公司股东的净利润1300万元至1600万元,同比增长1055.35%至1321.97%。

主营业务稳步发展 新签订单同比增136%

大禹节水是一家提供现代农业全产业链综合服务解决方案的公司。近年来,公司深度推进“水网、信息网和服务网”三网融合,在“三农三水三张网,两手发力共担当”的战略指导下,形成了覆盖全国,涉及三农三水全产业链的整体市场构架。年报显示,报告期内,大禹节水智慧农业项目建设、农业科技销售与服务、农水设计服务、农水信息化和项目运营服务、其他业务分别实现营收10.69亿元、5.03亿元、2.44亿元、1.71亿元、3059.79万元。其中,农水信息化和项目运营服务营收较上年

同期大幅增长248.17%。“随着政府加速招投标进度并且愈加重视综合解决方案能力,公司进一步发挥自身全国布局 and 全产业链的突出优势,在各类订单尤其是规模以上订单获取方面呈现良好态势。”大禹节水表示。公告显示,大禹节水2020年新签订单49.71亿元,同比增长136%。从订单规模来看,5000万元以上订单占比66%,500万元以下订单占比13%。从业务领域来看,农业节水领域占比49%,灌区、水利工程和生态治理领域占比25%,农村污水处理领域占比17%,农民饮水领域占比9%。夯实智慧水务业务成功发行可转债 2020年,为进一步夯实智慧水务

业务,公司完成了对北京慧图科技股份有限公司(以下简称“慧图科技”)的控股并购。创造投资咨询合伙人步日欣在接受《证券日报》记者采访时表示:“大禹节水对慧图科技的控股并购,双方在业务上能够实现优势互补,进一步完善公司在智慧水务业务上的布局,更好地扩大市场规模。”大禹节水通过并购慧图科技,一方面有效缩短了其智慧水务业务自行培育的时间,快速打造完备的农水行业信息化综合解决方案能力;另一方面,完成了智慧水务业务内部资源和外部资源的有效整合,增强了公司的综合竞争力。2020年,慧图科技实现营业收入1.89亿元,净利润3881.37万元。“如何在缺水时维持灌溉能力,在洪涝灾害发生前预警、保障城市免受洪灾,已成为不少地区亟须思考的水务管理问题,智慧水务建设则

是实现的一大途径。”数字乡村专家、住建部干部学院研究员徐振强博士在接受《证券日报》记者采访时表示。随着未来水务投资规模的增加,智慧水务将迎来黄金发展期。据前瞻产业研究院相关统计数据,预计到2023年,中国智慧水务行业规模将达到251亿元左右。记者查询大禹节水公告发现,报告期内公司成功发行6.38亿元可转换公司债券。其中,2.6亿元用于“高端节水灌溉产品智能工厂建设项目”,1.88亿元用于“现代农业运营服务和科技研发中心建设项目”。目前,上述项目正在建设中。大禹节水相关负责人此前在接受《证券日报》记者采访时表示:“可转债的成功发行能够进一步增强公司的核心竞争力和可持续发展能力,巩固公司行业地位,进一步提升盈利水平。”

天下秀年报季报业绩双增 董秘从两方面解读高质量发展

■本报记者 桂小笋

4月20日,天下秀发布了2020年年报和2021年一季度报。年报显示,去年公司实现营业收入30.60亿元,同比增长54.78%;实现归属于上市公司股东的净利润2.95亿元,同比增长14.26%。一季报显示,公司实现营业收入8.5亿元,同比增长58.73%;实现归属于上市公司股东的净利润8288万元,同比增长48.46%。“上市公司的高质量发展体现在两方面,公司保持正向的增长,持续为股东创造利益;公司的生态伙伴能够持续正向发展,形成生态多赢。”天下秀董秘于悦在接受《证券日报》记者采访时说,“公司红人供应链创新

业务板块为不同阶段红人提供相关服务,赋能不同阶段红人发展,而且,公司平台已经积累了近十年的推广订单大数据,能够实现需求匹配,同时保障交易两端的安全。”财报显示,天下秀近五年收入的年复合增长率达到59.22%,扣非净利润的复合增长率达到58.14%,其中收入增速连续五年均超过50%。“2020年,公司将合计派发2964.71万元现金红利,天下秀的WEIQ平台全年派单超过100万,客户留存率近80%,共有超过29万的职业化接单红人账户数,并且在持续增长中,这说明了我们在为生态伙伴持续创造价值,获得了红人与商家的信任。”于悦在接受《证券日报》记者采访

时说,从回馈投资者和保障平台合作方信息安全等方面来看,天下秀的高质量发展态势明显。据于悦介绍,天下秀平台的价值是连接红人、MCN、品牌商家、中小商家,通过大数据技术将企业的营销需求与红人账号实现精准匹配,帮助红人实现私域流量的商业变现,并帮助企业更好地提高经营效益。由于当前红人经济备受关注,作为上市公司,天下秀如何构筑自己的竞争“护城河”也备受关注。于悦解释说,“天下秀与社交平台对红人原创内容的赋能不同,我们更聚焦对海量商家需求与红人的精准匹配和推广效果。天下秀是国内第一批进入红人经济领域的企业,平台已经积累了近十年的推广订

单大数据,数据是我们的核心资产,大数据的积累能够让平台上更广泛的红人对接到更匹配的商家需求,同时能够保障双方的交易安全。”由于平台规模效应初步显现与良好口碑,WEIQ平台的活跃商家客户增加,同时公司持续投入研发,优化平台技术,WEIQ平台并行处理订单能力得到增强,全年订单量首次突破百万,达124.7万笔。未来平台订单的增长,一方面取决于商家客户数的增加,另一方面取决于平台将商家客户需求转化为订单的能力。天下秀在年报中表示,报告期内,平台注册红人数达到147.44万,其中,专职或兼职从事红人工作,能够迅速响应、具备成功接单能力的职业

化红人数达到29.06万,同比增长72.65%;入驻WEIQ平台的MCN机构数量达到7491家,较2019年增加超过800家。截至目前,WEIQ平台已经实现了与大部分活跃MCN机构的链接和红人覆盖,并通过完善的自助化交易流程和保障机制,吸引更多内容创作者接入平台转变为职业化红人。“从平台的红人收入结构来看,腰部红人的占比达到了81.4%,符合平台模式下红人去中心化的趋势,反映了平台的红人结构较为健康,对头部红人的依赖不强,中腰部红人成长空间广阔。同时,公司红人供应链创新业务板块为不同阶段红人提供相关服务,赋能不同阶段红人发展。”于悦对《证券日报》记者说。

地产竣工复苏带动建材行业向好 上市粤企一季度业绩频频预喜

■本报记者 赵学毅 见习记者 李昱丞

2021年,建筑材料行业上市公司迎来了不错的开局。以广东上市建材公司为例,截至4月19日,已有包括坚朗五金、南玻A、深天地A、豪美新材、红墙股份、东鹏控股等在内的多家公司一季度业绩预喜,率先公布一季报的蒙娜丽莎也交出了一份经营业绩快速增长的答卷。对此,IPC中国首席经济学家柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示,随着经济持续复苏,基建领域的投资扩张迎来机遇,基建市场的扩大自然会带动建材行业业绩向好,这是今年一季度建材行业上市公司业绩较好的主要推动力。

期内实现营收9.96亿元,同比增长105.62%;实现归母净利润4707.96万元,同比增长18.93%。对于营收的快速增长,蒙娜丽莎表示,一季度疫情得到有效控制,经济社会秩序恢复正常。另外,公司“经销+战略”双轮驱动营销策略效应体现,收入增加。除了蒙娜丽莎以外,还有多家广东上市建材公司在二季度取得“开门红”。《证券日报》记者根据公告统计发现,截至4月19日,共有7家建材行业上市公司一季度业绩预喜,预计归母净利润同比增长幅度普遍超过40%。例如,南玻A公告称,预计今年一季度实现归母净利润约5.35亿元-6.08亿元,变动幅度为381%-446%。南玻A表示,一季度受益于地产竣工提升及光伏行业持续景气,浮法玻璃、光伏玻璃价格同比上涨,公司主要产品销量同比大幅提升。

投资增速相比2019年增长超15%。因此上游建材行业业绩较为亮眼。”另外,对于不少公司来说,逐渐走出疫情影响也是今年业绩增长的主要原因之一。坚朗五金在公告中表示,公司预计一季度实现净利润约3000万元-4000万元,变动幅度为262.52%-383.36%,主要是因为上年同期由于疫情影响公司一、二季度生产经营活动,而今年一季度公司各项业务恢复正常,主营业务稳定增长。深天地A在公告中表示,随着国内新冠肺炎疫情得到有效控制,相比于上年同期,一季度公司生产经营正常,混凝土产品销售量同比大幅增长,混凝土业务经营业绩同比改善。拉长时间维度来看,南玻A、坚朗五金、豪美新材、红墙股份、东鹏控股等5家广东上市建材公司预计今年一季度业绩同比增长。

多家机构获机构密集调研 业绩复苏引来机构密集调研多家公司获机构密集调研。《证券日报》记者根据Wind数据统计发现,截至4月19日,年内有8家广东上市建材公司接待了券商、基金公司、保险公司等机构调研。其中坚朗五金被调研次数达到22次,调研机构家数合计209家;科顺股份被调研次数达到7次,调研机构家数达到199家。东鹏控股、南玻A、蒙娜丽莎在年内分别接待134家、94家、69家机构调研。在调研过程中,行业发展格局是机构普遍关心的问题。一直以来,建材行业“大行业、小公司”的特点非常突出,即使是龙头企业,其市占率也相对较低,做大规模、抢占市场份额成为不少公司的当务之急,行业集中度提升或是大势所趋。坚朗五金表示,国内建筑配套件行业具有离散、品类众多的特性,集中度低,尽管公司在行业中占有领先地位,但目前销售额的市场占有率还相对较小。随着建筑配套件行业规范

要求增多,各企业的成本差距将逐渐缩小,而大公司的规模效应会愈发凸显。主营业务防水材料科顺股份表示,防水行业目前集中度不高,公司市占率不超过5%,还有很大增长空间,强者恒强,行业集中度将加速提升。归属于瓷砖行业的东鹏控股称,瓷砖行业是千亿规模的市场,类似东鹏控股这样的头部企业市占率也仅有2%左右,未来行业会向头部集中,因为只有头部企业才能更好地做区域化布局,有品牌力、有能力做标准化管理、匹配区域化营销和布局。柏文喜告诉《证券日报》记者:“建材行业频繁受到机构调研,背后的逻辑是想向投资者传达行业前景以及自身发展战略规划与诉求,以良好的市场预期来推动公司估值提升,从而实现凝聚资源推动公司发展的目标。这也正是‘大行业、小公司’现状下的一般资本逻辑。”

一季度规上工业增加值同比增长24.5%

专家表示,应从四方面大力发展工业互联网

■本报记者 侯捷宁 见习记者 杨浩

4月20日,在国新办举行的新闻发布会上,工业和信息化部新闻发言人、运行监测协调局局长黄利斌介绍了2021年一季度工业和信息化发展情况。他表示,一季度规模以上工业增加值同比增长24.5%,总体保持了去年四季度的较快增长态势。前两个月规模以上工业企业实现利润同比大幅增长1.79倍。信息化发展态势良好,活力彰显,一季度电信业务总量按上年不变价计算同比增长27.4%,软件业务收入同比增长18.7%。5G网络、千兆光网建设和商用加快推进。平台经济、在线教育、远程医疗等新业态成长迅猛,线上经营消费场景活跃。

一季度工业经济运行持续向好

对于主要经济指标,黄利斌进一步介绍说,从宏观数据看,一季度规模以上工业增加值同比增长24.5%,两年平均增速是6.8%,环比增长2.01%;工业产能利用率达到77.2%,是2013年以来同期最高值。工业生产总体基本恢复到疫情前的正常水平。从企业的切身感受来看,前两个月规模以上工业企业实现利润同比大幅增长1.79倍,两年平均增幅达到31.2%,市场主体活力进一步增强。从市场信心和预期看,3月份制造业采购经理指数(PMI)为51.9%,比2月份上升1.3个百分点,已连续13个月保持在荣枯线之上。

“一季度工业经济运行持续向好,特别是通信业和软件服务业发展较为迅速,原因在于疫情防控常态化背景下,企业对数字化转型的需求增加,很多行业触网并开展线上营销和销售活动,促使平台经济、在线教育、远程医疗等新业态加速发展,也带动相关企业利润大幅增加。”中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东在接受《证券日报》记者采访时表示。今年的政府工作报告再次提及发展工业互联网,明确“发展工业互联网,促进产业链和创新链融合,搭建更多共性技术研发平台,提升中小微企业创新能力和专业化水平。”“工业互联网,其核心在于将数据作为生产要素融入工业研发设计、智能制造、服务运维等各个环节,通过数字化手段来重塑产业链。”苏宁金融研究院高级研究员付一夫对《证券日报》记者表示,发展工业互联网可以极大地提升生产效率与产业附加值,是我国制造业转型的必然选择。

四方面发力发展工业互联网

针对我国当前工业互联网的发展情况,工信部新闻发言人、信息通信管理局局长赵志国介绍,从产业数字化方面来看,工业互联网加速了传统产业的转型升级,催生智能制造、网络化协同、个性化定制、服务化延伸、数字化研发、精益化管理等新模式和新业态,促进了提质、降本、增效、绿色和安全的发展。从数字产业化方面来看,工业互联网向更大范围、更深程度和更高水平发展,需要新的技术、产品和解决方案,也催生了新兴产业。此外,工信部在深圳、北京等地培育了特色的工业互联网产业示范基地,未来还将加大力度打造工业互联网产业链,促进互联网、大数据、人工智能和实体经济的深度融合。在付一夫看来,接下来发展工业互联网需要从四个方面发力:第一,加快信息基础设施建设,包括5G、数据中心等,切实为工业互联网提供底层支撑;第二,强化自主创新能力和核心技术攻关,推动工业互联网的关键技术和前沿技术有所突破,摆脱被“卡脖子”的窘境;第三,推动应用场景落地,尤其是要促进工业互联网在实体经济重点领域的深度应用,并加快中小企业“上云”,形成一二三产业、大中小企业联动发展的局面;第四,要完善相关法律法规,对于重点平台要给予财政金融政策方面的支持,同时还需要强化人才梯队建设与科技型人才的引进培养等。

“要在提升制造业技术创新能力的基础上,加快推进制造业高端化、数字化和绿色化转型,打造更有韧性的产业链供应链,特别是推动制造业数字化发展,把推进工业互联网建设作为制造业服务化发展的关键抓手,加大对工业互联网的研发投入和应用推广,让工业互联网平台既能够赋能工业企业,同时也能够充分释放自身发展潜力。”刘向东建议。黄利斌表示,“十四五”时期,工信部将重点做好以下四个方面的工作:一是加快提高制造业创新能力。实施关键核心技术攻关工程和产业基础再造工程,加大重要产品和关键核心技术攻关力度,加快补齐基础领域短板,推动工程化产业化突破。在重点领域布局建设一批国家制造业创新中心和共性技术平台,健全以企业为主体、市场为导向、产学研用深度融合的技术创新体系。二是稳步提升产业链供应链现代化水平。推进制造业强链补链,补短板、锻长板,着力增强自主可控能力。三是大力推动制造业优化升级。改造提升传统产业,布局新兴产业链,优化区域产业链布局。坚持工业化和信息化深度融合,深入实施智能制造、绿色制造等重大工程,做好碳达峰碳中和工作,推动制造业高端化、智能化、绿色化发展。四是进一步深化改革,扩大高水平开放。