

财报看点

2020年江苏上市公司交出“高分答卷” 九成公司盈利 45家公司净利润翻倍

■本报记者 曹卫新

2020年,江苏A股上市公司一手抓疫情防控,一手抓经济发展,整体业绩实现了正增长,体现出了极强的发展韧性。

同花顺iFinD统计显示,截至2021年5月12日,江苏A股上市公司累计达508家,其中,459家公司2020年实现盈利,盈利公司占比90.35%。

从净利润数值来看,有283家公司净利润突破亿元,新城控股、江苏银行、南京银行、华泰证券4家公司净利润均超过百亿元。凭借152.56亿元的净利润,新城控股成为2020年度江苏A股上市公司的“盈利王”。

净利亿元以上公司283家

受疫情影响,2020年上半年,服饰行业消费端疲软,增速持续放缓。保护线下门店,是海澜之家在疫情期间做得最重要工作。海澜之家相关人士对记者表示:“一家实体店就是一个小型的私域流量池,线下门店疫情期间坚守的结果,就是海澜之家在9月份实现线下销售正增长,这对海澜之家来说十分重要。”

年报显示,2020年,海澜之家实现营收179.59亿元,归属于上市公司股东的净利润为17.85亿元。据统计,2020年共有45家江苏上市公司净利润突破10亿元。相较2019年,净利润突破百亿元大关的公司家数新增一家。除新城控股、江苏银行、南京银行外,华泰证

券净利润也突破了百亿元。4家公司净利润分别为152.56亿元、150.66亿元、131.01亿元、108.23亿元。总体来看,净利润达到1亿元以上的上市苏企共计283家。

营收方面,有43家公司营业收入突破了百亿元大关。其中,苏宁易购以2523亿元的营收规模拔得头筹,新城控股以1455亿元营收紧随其后。这也是去年江苏仅有的两家实现千亿元营收的公司。营收规模在500亿元以上的上市公司还有苏美达、中南建设、徐工机械、华东科技、远大控股、南钢股份、江苏银行,其中苏美达去年实现营收985.9亿元,距千亿元大关仅咫尺之遥。

从增速来看,共有303家公司去年营收实现正增长,占比近60%。净利润正增长的公司达到291家,其中45家公司净利润增幅超过100%。寒锐钴业去年净利润增长23倍,公司所在的有色金属行业是整个A股2020年净利润增速最高的行业。作为半导体封测领域的明星企业,通富微电和长电科技2020年业绩表现也不俗。长电科技去年实现净利润13亿元,同比增长13.71倍。通富微电实现净利润3.38亿元,净利润增幅高达16.68倍。

“江苏上市公司这份成绩单很优秀,企业不仅度过了危机,还抓住机遇加速发展。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林在接受《证券日报》记者采访时表示:“2020年疫情‘危中有机’,虽然新冠肺炎疫情导致了部分供应链出现了短暂停滞,影响了生



王琳/制图

产生活,但是我们对疫情处置得当,经济和社会生活较快从疫情中恢复。”

387家公司拟现金分红

赚钱的同时,江苏上市公司不忘分红。统计显示,,江苏上市公司中有387家在2020年年报中推出了分红方案,较2019年新增60家公司。2020年度,江苏上市公司拟分红总额达755.45亿元。

从分红比例来看,硕世生物10派55元的分红方案独占鳌头。年报显示,从事新冠检测试剂业务的硕世生物,2020年业绩持续高增长,公司去年

实现营收17.4亿元,净利润8.2亿元,分别增长502%和879%。

重组后脱胎换骨的协鑫能科拟每10股派发现金红利1.50元(含税),共计派发现金红利2.03亿元。

协鑫能科总经理费智在接受《证券日报》记者采访时表示:“借壳之时,震客环保遗留了11.14亿元的巨额亏损,导致未分配利润一直为负,不具备分红条件。截至2020年底转正,公司具备分红条件。本次大额分红回馈股东,一方面是公司积极响应中国证监会提倡现金分红的政策导向,希望能更好地回报投资者;另一方面也体现了公司对业绩稳健性的信心。”

16家广东物业上市公司去年全部实现盈利

■本报记者 李春莲 见习记者 李昱丞

《证券日报》记者根据Wind资讯统计发现,16家广东物业上市公司去年全部实现盈利,其中,14家公司去年实现了营收和归母净利润的同比增长,占比接近九成。

16家公司去年营收808亿元

从营业收入来看,2020年,碧桂园服务以156.00亿元的营收摘得榜首,恒大物业和雅生活服务去年营收分别为105.09亿元和100.26亿元,位居第二、第三。招商积余、保利物业、华润万象生活和中海物业营收均超过50亿元。

盈利方面,碧桂园服务、恒大物业和雅生活去年归母净利润分别为26.86

亿元、26.48亿元和17.54亿元。头部物业公司的盈利水平甚至超过了不少规模房企。

按照历史汇率计量,16家广东物业上市公司2020年共实现营收808.36亿元,实现归母净利润117.54亿元。

从增长能力来看,除了彩生活以外,其余15家广东物业上市公司均实现营收的同比增长。增长最快的是雅生活服务,2020年营收较2019年增长95.54%,几乎翻番;时代邻里和碧桂园服务分别以62.62%和61.75%的同比增速位居第二、第三。

除了华发物业服务以外,其余15家广东物业上市公司去年均实现归母净利润的同比增长。增长最快的公司包括恒大物业、时代邻里、华润万象生活,它们2020年归母净利润同比

增速均超过100%。平均来看,16家广东上市物业公司去年营收同比增速中值为35.99%,归母净利润同比增速中值为50.95%,显现出“增收更增利”的现象。

对此,诸葛找房数据研究中心分析师陈霄在接受《证券日报》记者采访时表示:“规模大的物业公司更具有实力进行收购扩张,市场占有率更高,加上管理系统的不断改善优化,成本相应降低,使得企业盈利能力提升,营收水平显著增长,相对而言更具增长力。”

行业集中度或将进一步提升

规模扩张是各大头部物业公司财务表现强劲的主要原因。以雅生活服务为例,公司表示,增长主要是由于集团管

理面积的大幅增加及运营效益的提升,带来收入及利润的大幅提升。截至2020年12月31日,雅生活服务在管面积和合约面积(不含咨询顾问及参股公司面积)分别为3.75亿平方米和5.23亿平方米,较2019年增长112.3%和74.9%。

物管行业强者恒强趋势将愈加明显。雅生活服务称,规模决定行业地位及未来长期发展的稳定性。在行业洗牌的大背景下,越来越多的物业企业奉行规模优先的道路。恒大物业直言,公司坚持“规模致胜”战略。

贝壳研究院报告指出,2020年物业行业处在快速上行阶段,头部企业在规模实力、业绩表现、盈利能力等维度全面领先。截至5月12日收盘,16家广东物业上市公司的总市值已经超过人民币5280亿元。

同飞股份登陆创业板 预计上半年净利6000万元左右

■本报记者 赵学毅 见习记者 张晓玉

5月12日,三河同飞制冷股份有限公司登陆创业板,股票简称为“同飞股份”,证券代码为300990。同飞股份本次发行价格为85.50元/股,市盈率为36.27倍,发行新股数量为1300.00万股,募集资金将用于精密智能温度控制设备项目和补充流动资金项目。

同飞股份董事长张国山表示,此次创业板发行上市,是同飞股份发展历史上的重要里程碑。公司将继续秉承“专业、诚信、务实、追求卓越”的经营理念,致力于成为工业制冷领域的温度控制专家,创造工业制冷旗帜品牌,打造工业制冷设备精品。培养并储备高素质人才,大力推进研发创新,努力发展成为技术领先、品质稳定、规模效益突出的工业制冷企业。

超募资金将用于主营业务

同飞股份成立于2001年,公司主营

业务为工业制冷设备的研发、生产和销售,目前已主要形成了液体恒温设备、电气箱恒温装置、纯水冷却单元和特种换热器四大类产品,并成为以数控装备、电力电子装置制冷为核心应用领域的工业制冷解决方案服务商。

同飞股份表示,募集资金投资项目是在公司原有的业务、技术基础之上,对业务规模的扩大以及业务结构进一步优化和升级。项目建设出发点的核心是借经营场所的扩展、资本资源的支持实现产品线深度和宽度的延伸、研发设计能力的升级、人力资源的扩充和优化,更好推动公司的可持续发展。超出募投项目计划所需资金额部分将用于与公司主营业务相关的用途。

业绩方面,2017年至2020年,同飞制冷分别实现营业收入3.34亿元、3.79亿元、4.19亿元、6.12亿元,净利润分别为5447.3万元、7770.48万元、7404.77万元和1.2亿元。

同飞股份的中长期发展目标是成

为国际上技术和市场领先的重要工业制冷设备供应商之一。

添翼数字经济智库高级研究员吴婉莹对《证券日报》记者表示:“同飞股份积极致力于产品开发,并已成为多家国内外知名企业的供货商。面对未来越发激烈的市场竞争,同飞股份仍需进一步完善其公司治理和研发布局。”

一季度净利同比增146.48%

同飞股份在其上市公告书中披露了2021年一季度业绩以及上半年业绩预告。

公告显示,2021年1至3月份,同飞股份实现营业收入为1.71亿元,较上年同期增长139.68%;归属于上市公司股东的净利润为2875.15万元,较上年同期增长146.48%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为2768.75万元,较上年同期增长136.08%。

生猪销售均价再创年内新低 业内分析师称超出预期

■本报记者 桂小笋

生猪价格的持续下跌仍在继续。5月11日,全国生猪销售均价跌破20元/公斤大关。一家养殖企业负责人在和《证券日报》记者交流时坦言,会调整养殖计划。

“上半年猪价的下跌超乎业内的预期。”卓创资讯分析师牛哲在接受《证券日报》记者采访时说。猪价下跌,养殖企业的利润被大幅压缩,5月11日,自繁自养企业的盈利为584.77元/头,较上月同期下滑41.11%。

据卓创资讯最新数据显示,5月11日,自繁自养企业盈利为584.77元/头,

较上月同期下滑41.11%。由于各地区猪价有一定的差异,粗略估计自繁自养的企业单头猪盈利在200元至600元。

由于前期补栏的仔猪多在千元以上,加之饲料价格始终处于高位,导致补栏、育肥生猪的成本较高,虽然当前生猪出栏体重已增加至140—160公斤,但外购育肥生猪依旧难以填补亏损的洞窟,而这部分养殖群体大约亏损400/头至600元/头,个别高者甚至达到了900元/头左右。

东莞证券研报显示,2020年,生猪养殖板块实现营收和净利润同比大幅增长,进入2021年,在各方面努力下,生猪行业产能持续上升,猪价进入下行周

期,猪价高位运行阶段将结束,猪企盈利空间萎缩。

牛哲表示,养殖单位已经意识到2021年的整体盈利空间肯定会较前两年大幅缩水,头部企业已经提前计划在今年大量外售二元母猪、怀孕母猪还有仔猪,利润还是比较可观的。

行业景气度走低传导至产业链的多个环节,有行业人士在和《证券日报》记者交流时表示,会调整发展步伐,但也认为未来生猪价格仍然在回升的可能。

不过,卓创资讯的研报认为,从今年以来,养殖企业的扩张速度将会放缓。从养殖上市公司情况来看,此前,多家公司发布了前4个月的销售数据,数

据显示,销售单价同比下滑幅度较大。

“上半年猪价的下跌超乎业内的预期,主要是因为对北方疫情过度放大、对受损产能的错误预估导致的,而错误预估带来了二次育肥行为。头部企业虽说产能继续释放,但最终对行情造成深远影响的是人为的压栏。”牛哲对《证券日报》记者说。

公开信息显示,3月份开始,春节压栏惜售体重在140公斤至150公斤的肥猪陆续出栏,部分“牛猪”的出栏体重更是超过200公斤,而这些“肥猪”对市场冲击,使得生猪价格下降。牛哲表示,下半年,如果二次育肥量能有所减少,猪价还是有望回归正常的轨道。

“反垄断”监管落锤公牛集团

专家建议企业建立有效合规管理体系

■本报记者 吴奕莹
见习记者 邬霁霞

2021年是反垄断“大年”。

4月份以来,反垄断监管重锤持续落下,继阿里巴巴集团被国家市场监督管理总局处以182亿元的处罚、美团因涉嫌垄断被立案调查后,“千亿元市值”的公牛集团也中招。

5月12日晚间,公牛集团发布公告称,公司于2021年5月11日收到浙江省市场监督管理局《浙江省市场监督管理局关于上报公牛集团股份有限公司涉嫌与交易相对人达成并实施垄断协议行为立案报备的函》,浙江省市场监督管理局“决定对公牛集团股份有限公司涉嫌与交易相对人达成并实施垄断协议行为进行立案调查”。

公牛集团表示,公司将根据相关法律法规,积极配合浙江省市场监督管理局反垄断案件调查工作,目前生产经营一切正常。

受此消息影响,公牛集团5月13日股价下跌4.62%。值得注意的是,与阿里、美团等因为二选一被实施反垄断调查不同,公牛集团被调查案由是涉嫌与交易相对人达成并实施垄断协议行为。深度科技研究院院长张孝荣认为:“公司可能存在转售价格控制行为,即生产商与渠道商以契约的形式限定最终零售价格水平。”

“阿里、美团、公牛被调查及处

罚,表明监管层开始对垄断企业的监管趋严。”北京看懂研究院研究员王赤坤在接受《证券日报》记者采访时表示:“反垄断相关法律法规日益完善,政府监管也更加规范严格。”

全国企业合规委员会专家丁继华对《证券日报》记者表示:“浙江省市场监管总局出手对本省企业涉嫌垄断行为进行查处,说明了地方市场监管部门主动执法。”

丁继华称:“阿里巴巴被国家市场监督管理总局处罚,开启了我反垄断执法时代,对企业的反垄断执法也将成为常态。这与我国经济发展阶段、企业发展水平以及确立竞争性政策的市场基础地位是分不开的。”

丁继华认为,随着反垄断处罚力度加大及立法日益严格,各大行业巨头需要强化企业主体责任,通过建立有效合规管理体系,加强反垄断的合规管理。

丁继华建议:“首先,企业领导要公开承诺和投入资源做到合规经营;其次,企业法律合规部门要加强在反垄断、公平竞争等领域的合规风险识别;第三,建立有效的反垄断合规内部控制机制。加强对全体员工反的垄断合规培训,特别是加强商务、业务部门人员的培训;对出现有违公平竞争的不合规行为要及时自查自纠;最后,企业要主动与市场监管部门建立沟通机制,出现合规问题后,通过积极整改和及时向监管部门报告,争取得到责任减免的机会。”

“小破站”历阶而上： B站一季度月活用户增至2.23亿

■本报记者 谢若琳

5月13日盘后,哔哩哔哩(简称B站)公布了截至2021年3月31日的第一季度未经审计的财务报告。财报显示,B站一季度营收39亿元,同比增长68%;经调整后的非美国会计通用准则下(Non-GAAP),净亏损为6.7亿元。

一位传媒行业分析师在接受《证券日报》记者采访时表示,被称为“小破站”的B站正在从小众平台走向大众视野,公司一季度的月活用户同比增长30%,再次超出市场预期。从《后浪》到《我不想做这样的人》,B站在巩固“原住民”的同时,也扩展了80后等年龄层的用户群体,“之前都说‘Z世代’泛指95后群体,而现在B站提出‘Z+世代’,将年龄层延伸至85后,可以预见,未来75后、65后群体也会成为B站会员的主要力量。”

“本季度,B站还在移动端上线了竖屏模式‘Story Mode’,以满足用户碎片化阅读的需要,回击其他短视频平台对其的冲击。”上述分析师进一步表示。

Anlan capital执行董事、美投资深投资者陈达在接受《证券日报》记者采访时表示,今年一季度,B站用户增长保持健康,高质量趋势,体现在用户时长、活跃度、留存、付费等多个环节,整体用户付费率创下新高。体现在用户为优质内容付费意愿强烈。“财务上公司仍然亏损,但目前视频行业普遍处于亏损状态,B站在短期商业化一直是比较克制的,而其长期商业化价值取决于用户价值。该平台具有很大的用户价值潜力。”

广告业务同比增长234%

从收入构成来看,B站一季度总营收为39亿元,同比增长68%。其中,游戏业务收入为12亿元,同比增长2%。4月底,B站推出全新的独家代理游戏《坎特伯雷公主与骑士唤醒冠军之剑的奇幻冒险》,游戏上线即登上iOS游戏下载榜及畅销榜前十。另外两款优质ACG游戏《机动战姬:聚变》、《刀剑神域黑衣剑士:王牌》即将在二季度内上线。值得一提的是,近日,B站战略投资了游戏公司心动网络与中手游,加强了在游戏产业链上的布局。

一季度,B站增值服务业务收入为15亿元,同比增长89%。直播业务方面,B站持续加强游戏、娱乐品类内容,并通过吸纳全球重要电竞赛事的版权,在电竞直播领域占据了日益重要的位置。除《英雄联盟》全球总决赛以外,B站也获得了该游戏的年度电竞常规赛直播版权。

一季度,公司广告业务更是实现了连续八个季度的同比加速增长,达7亿元,同比增长234%。“B站

已经成为广告主在视频领域的主要营销阵地,不少公司希望借助B站年轻化的格调,提升自身品牌口碑与产品销量。”一本季度,B站前五大广告主所在的行业分别为游戏、数码3C、食品饮料、电商及美妆护肤。

此外,公司一季度电商及其他业务收入为5亿元,同比高速增长230%。

财报显示,截至2021年3月31日,公司持有现金、现金等价物、定期存款和短期投资总额为270亿元。财报中,B站还对2021年第二季度收入进行了展望,预计将达到42.5亿元至43.5亿元。

月均活跃UP主超200万

当下,“视频化”已成为互联网下一波增长浪潮的主要驱动力之一。根据艾瑞咨询报告,到2025年视频用户数量将接近12亿人,视频市场规模将超1.8万亿元。

伴随着视频化生态的到来,B站多维度用户数据不断突破历史新高。财报显示,2021年第一季度,B站日活用户破6000万,同比增长18%;月活用户达2.23亿,同比增长30%;其中移动端月活用户突破2亿,同比增长33%,达2.09亿。同时,公司月均付费用户数达2050万,整体付费率也创下9.2%的历史新高。

在这样的背景下,一季度,B站日均视频播放量达16亿次,同比提升47%;社区日均互动数达66亿次,同比增长35%。用户日均使用时长则高达82分钟,体现出社区高活跃、高互动的显著特点。

作为社区内容生态的基石,2021年一季度,PUGV(专业用户创作视频)占视频总播放量的比重保持在91%。这一数字的背后,也是UP主创作能力的全面提升:一季度B站月均活跃UP主数量达220万,同比增长57%;月均视频投稿量达770万,同比增长57%。均创下新高。而万粉以上的UP主数量,同比增长了54%。

一季度,生活、游戏、娱乐、动漫、科技和知识成为最受用户欢迎的前五大内容品类。“B站在内容上不再局限于动漫游戏,知识、宠物等品类的内容质量和阅读量迅速上升,这些品类的增长反映了‘Z+世代’的兴趣喜好。‘在B站学习’已经成为当下年轻人的新风尚。”上述分析师表示。

另一方面,作为对PUGV生态的补充,B站OGV(专业机构创作视频)在本季度也表现不俗。今年1月份,B站完成了对动画工作室绘梦动画的收购,以进一步提升国创自制能力。其与B站联合出品的动画《天官赐福》于2020年下半年上线,截至目前,该片播放量已达3.7亿次,追番(追剧)人数突破700万,弹幕数量超450万。