

上市公司分红榜

高度重视股东回报 格力电器22次累计分红675.66亿元

■本报记者 赵学毅

珠海格力电器股份有限公司(以下简称“格力电器”)成立于1991年,于1996年11月在深交所挂牌上市。三十而立,如今的格力电器已蜕变为多元化、科技型的全球工业集团,产业覆盖家用消费品、工业装备两大领域,自主品牌产品远销160多个国家和地区。

2020年年报显示,报告期内,格力电器实现营业收入1704.97亿元,实现归母净利润221.75亿元。从当年二季度开始,格力电器净利润逐季递增,第四季度净利润高达84.76亿元。2021年第一季度,格力电器实现营业收入335.17亿元,同比上升60.30%;实现归属于上市公司股东的净利润34.43亿元,同比上升120.98%;基本每股收益0.58元,同比增长123.08%。

为使股东共享公司发展成果,格力电器在保证经营业绩稳定、盈利能力提高的同时,高度重视股东回报,对2020年度利润进行两次分

红,以实际行动回馈公司股东。其中,2020年半年度分红方案为每10股派10元(含税),年度拟分红方案为每10股派30元(含税,需经股东大会审议后方可实施)。

在资本市场,大方分红已成为格力电器上市以来的标签之一。统计数据显示,2020年格力电器的两次利润分配方案,共派发现金股利超过234.20亿元。自1996年上市以来,截至2020年度,公司累计分红高达850.64亿元(不含回购股份已支出金额)。公司已累计实施分红22次,分红总金额已达675.66亿元,占期间归母净利润的40%以上。

基于对未来发展前景的信心和对公司价值的高度认可,格力电器结合自身经营情况、主要业务发展前景、财务状况及未来盈利能力等因素,还在2020年推出两期总额120亿元的回购计划,用于实施公司股权激励及员工持股计划,让公司员工更多分享企业的发展成果。截至2021年4月30日,格力电器已实



王琳/制图

施回购总金额约104亿元。

尽管受到疫情的冲击,但格力电器坚持自主创新,持续推进多元化战略稳步发展,在研发、生

产、经营、服务等多方面取得累累硕果,充分展现出民族品牌的强大韧性和发展动能,这也成为其作为“白马股”备受投资者看好的

“财富密码”。

(“上市公司分红榜”系列报道由证券日报、中国上市公司协会联合推出)

新能源积分交易价格最高涨9倍 造车新势力卖分创收 传统车企买分增亏

■本报记者 龚梦泽

一场新能源汽车积分达标的“战役”,正在国内传统乘用车制造企业全面打响。日前,2020年度中国乘用车企业平均燃料消耗量与新能源汽车积分“成绩单”出炉,对138家车企“双积分”进行公示。

统计数据显示,138家乘用车企(含117家境内乘用车企和21家进口乘用车供应企业)在国内共产生420万分新能源正积分,92万分新能源负积分,1057万燃料消耗量负积分,391万燃料消耗量正积分。单项目正负积分相抵后,燃料消耗量负积分达666万,新能源正积分为328万分,“双积分”仍存在-338万分的缺口。

所谓“双积分”,就是由平均燃料消耗量积分与新能源汽车积分相加所得。我国自2018年4月1日起施行的“双积分”政策规定,油耗积分不达标车企,可以通过其自身产生的新能源汽车正积分抵消,关联企业间转让、购买新能源汽车正积分等方式抵消;不能抵消归零的企业,需向工信部提交产品调整计划,设置达标期限。在其负积分抵偿归零前,对油耗不达标产品,不予列入车型公告,也就是不能对外销售。

《证券日报》记者注意到,在138家车企中,“双积分”超过10万分的车企有11家,包括特斯拉、比亚迪等新能源车企;负积分企业共有71家,占比达六成,成为“双积分”政策下的“买分”大户。

兴业证券发布的研报显示,当前新能源积分交易价格已从最初的300元-500元/分上涨至2500元-3000元/分,最大涨幅达9倍。随着二级市场碳中和概念持续升温,以及全球“脱碳”“减碳”时代的到来,新能源积分的未来发展走向已成为国内汽车行业关注的焦点。

“双积分”缺口巨大 交易价格稳步攀升

公示报告显示,得益于去年国内新能源汽车市场的逆势增长,2020年全国乘用车企业累计产生新能源汽车正积分420万分,总体高于负积分。其中,特斯拉以超过86万的新能源汽车正积分,成为去年获得新能源汽车正积分最多的乘用车企;其次是长安集团(含自主、长安福特和长安马自达)、“双积分”缺口累计-133万;一汽-大众以-132万分的“双积分”缺口排名第三。

伴随相关政策的调整,“双积分”标准日趋严格。去年6月份,工信部明确了2021年至2023年新能源汽车积分的比例要求,分别

为14%、16%、18%,并从2021年1月1日起开始执行。这意味着,未来车企要想迈过“双积分”达标线,原有的新能源车积分比例需进一步提升。

与此同时,从今年7月1日起,《乘用车燃料消耗量限值》强制性国家标准将实施,综合油耗测试标准将从原先的NEDC(新标欧洲测试循环)转为WLTC(全球轻型汽车测试循环),这意味着,燃油车平均油耗的达标门槛将提升,传统燃油车的降耗压力将进一步提升。

《证券日报》记者梳理历年数据后发现,早在2016年至2017年期间,“双积分”政策正式实施之前,当时的政策并不考核新能源汽车的比例要求,给传统车企转型提供了充分空间,平均油耗消耗量积分的单位交易价格普遍在1000元至2000元之间。2018年4月1日起,“双积分”政策正式实施,新能源汽车正积分为正的车企为了避免积分浪费,曾以300元-500元/分的低价抛售积分。2019年后,随着“双积分”政策实施步入正轨,积分结转趋于正常,积分的交易价格也稳步回升。

积分的供需关系,受汽车行业各家车企的产量、油耗等多重因素影响,每家车企的积分交易价格都不一样。新浪财经专栏作家林示对《证券日报》记者表示,此前据一汽-大众曾以3000元/分的价格从特斯拉购买积分,蔚来汽车2020年的积分收入更是突破1亿元,这些都表明,各家车企对“双积分”的重要性正在形成共识,预计积分价格未

来还将进一步上涨。

造车新势力卖分创收 传统车企买分增亏

近年来,新能源汽车正积分呈逐年上涨趋势。越来越多的传统车企在新能源汽车领域积极布局,为产生更多的新能源汽车正积分奠定了基础。与此同时,造车新势力逐渐成为获取大量新能源汽车正积分的大赢家。

据《证券日报》记者了解,造车新势力的积分规模虽然小,但都是纯收入,这对本身处于亏损阶段的造车新企业而言非常可观。特斯拉发布的财报显示,2020年,特斯拉通过出售碳排放积分获得15.8亿美元的营业收入,远高于2019年(5.93亿美元)和2018年(4.19亿美元)的相应营收。

“去年第四季度的碳排放积分销售毛利为1.2亿元,对毛利润的贡献为1.8%。”上海蔚来融资租赁有限公司董事长曲玉对《证券日报》记者表示。另据蔚来汽车创始人李斌透露,去年蔚来产生的正积分达20万,通过售卖积分就可获得更多收入。

按照3000元/分的交易价格换算,特斯拉2020年所获得的86.03万新能源积分,价值高达25.8亿元;比亚迪、上汽通用五菱所拥有的积分价值也分别高达22.62亿元、13.2亿元;蔚来、小鹏、威马、理想等4家造车新势力如果把积分全部出手,可分别获得6亿元、3.3亿元、3亿元、2.1亿元的积分交易收入。

积分交易在给造车新势力带来

丰厚收入的同时,也为负积分车企带来了较大的经营压力。根据“双积分”管理规则,乘用车企业在负积分抵偿归零前,只能申报油耗限值以内的新产品。为了不被暂停部分产品的申报及生产,购买相应数额的新能源正积分已成为负积分车企不得不重视的解决方案之一。

“受‘双积分’政策影响,国内六大汽车集团去年产生的‘双积分’净值均为负值。伴随新能源汽车积分价格的不断上涨,这些车企已普遍出现增亏现象。以长安集团为例,去年因‘双积分’缺口导致单车减利约4000元。”长安汽车董事长朱华荣在年初接受媒体采访时曾大吐苦水。

对于“双积分”的交易价格,车企应当增强预期,建立积分池管理机制。比亚迪董事长王传福认为,“在积分供大于求时,把多余积分放入积分池;在供小于求时,再把积分拿出来使用,以此调节各年份积分市场的供需平衡,保证‘双积分’政策有效运行。”

《证券日报》记者注意到,为了实现“积分自由”,目前大众、通用等车企已在重点发展纯电动车平台;丰田、本田等日系企业则以混合动力汽车为主。与之相比,国内自主品牌车企大多采用混动与纯电并举的打法。

“欧盟对高排放汽车产品已经征收碳税,并要求对汽车电池提供碳足迹声明。”林示认为,阵痛在所难免,但为了实现经济高质量发展,为了未来不受制于新的贸易规则,车企必须从内严坚持低碳甚至零碳的制造要求。

皖通科技两场股东大会取消 监管层抽丝剥茧追问乱象

■本报记者 黄群

剑拔弩张的皖通科技董事会控制权之争被上市公司单方面按下暂停键。

5月19日晚,皖通科技宣布,取消原定于5月24日召开的第三次股东大会以及原定于5月25日举行的第四次临时股东大会。《证券日报》记者注意到,此前皖通科技的第三次临时股东大会曾由原定于5月17日召开延期至5月24日,但最终仍被取消。

皖通科技的举措引发了投资者和监管部门的强烈关注。5月24日晚,公司公告称,收到安徽证监局下发的《监管关注函》,要求公司结合第四次临时股东大会提案的股东资格及股东权利等,详细解释说明取消的理由的正当性;同时说明作出取消股东大会决定的是否构成对股东合法权利的限制,董事会取消该次临时股东大会,是否视同董事会不同意召开该临时股东大会。在此之前的5月19日晚,深交所已下发关注函,要求皖通科技说明是否存在限制股东权利的情形,同时要求皖通科技第一大股东西藏景源说明是否同意取消本次股东大会。

“两次股东大会被取消,目的在于阻碍其他股东正常行使权利。”皖通科技第一大股东西藏景源方面向《证券日报》记者表达了他们的态度,“我们不接受董事会的这一行为。”

“上市公司就是采取各种手段,拖延股东大会召开的时间。”接近皖通科技的业内人士认为,董事会认定西藏景源及其一致行动人增持属于违规行为,可能导致相关议案存在决议撤销纠纷。将上述解释视为取消股东大会召开的理由,这是一种既当裁判员又当运动员的做法。

皖通科技相关工作人员则对《证券日报》记者表示,针对此前的年报问询函,公司已将回复函提交至交易所,目前处于待披露状态。由于关注函的相关内容仍需专业律师进一步确认核实,会在延期公告规定的时间内予以回复。

两场股东大会被取消

由于相关议案均围绕皖通科技董事会控制权之争这一核心展开,原定于5月24日、5月25日先后召开的两场股东大会备受市场关注。

公告显示,第三次股东大会由南方银谷提请召开,审议包括罢免罗守生、周艳两位董事,罢免袁照云、陈延凤两位监事,重新选举杨大可、陈玲担任董事,韩文、张瑞任监事,王莹莹任非独立董事等9项议案。

第四次临时股东大会由西藏景源提请召开,审议包括罢免现任董事长周发展、副董事长易增辉,以及周成栋、王夕众、刘漪等人的非独立董事职务,重新选举陈翔、毛志雷、甄峰、边超、王辉、陈抒等人非独立董事。

《证券日报》记者注意到,第三次股东大会将审议的罢免董董中,罗守生和周艳是老面孔,2020年以前就在上市公司任职。另外两位审议罢免的监事袁照云和陈延凤也是公司老人,其中监事会主席袁照云是周发展入主后聘任的。

“这些董董与监事对今年2月份南方银谷入主公司后的很多做法说了‘不’,且很多人在年报中发表了意见。”接近皖通科技的业内人士对记者透露。

但在5月19日晚间,皖通科技突然宣布取消上述两场股东大会。其中,第三次股东大会取消的原因系南方银谷主动撤回提案所致。对于第四次临时股东大会取消的原因,皖通科技表示,主要是西藏景源及其一致行动人涉嫌违规增持,可能导致相关议案存在决议撤销纠纷,再加上疫情防控期间,要尽量减少人群聚集。

对此,西藏景源方面对《证券日报》记者表示:“2月份以来,西藏景源不论是股东大会提案,还是提请召集临时股东大会,都完全符合相关法律法规。但皖通科技董事会不断阻止我方合法行使股东权利,从一开始拒绝在股东大会增加我方提案,到后来企图限制我方表决权,再到现在变本加厉地直接取消股东大会。这次取消会议,直接挑战了证券法律法规及监管底线。西藏景源作为皖通科技第一大股东,不能接受董事会的这一行为。”

监管层追问上市公司乱象

2020年以来,皖通科技一直深陷董事会控制权争夺的漩涡中,西藏景源与南方银谷两位股东势不两立,始终想尽办法要将对方拉下马。董事会和高管人员的频繁变动,给上市公司主营业务已带来重大影响。

2020年年报显示,报告期内,皖通科技实现营业收入15.76亿元,同比增长7.97%;净利润亏损1.95亿元,而2019年盈利1.69亿元;期末总资产为28.43亿元,较2019年末下降11.95%。会计师事务所直指子公司成都赛英部分客户的应收账款确认有问题,对皖通科技财务报告出具了保留意见。公司部分董事和监事也表示,无法保证年报的真实、准确和完整。

针对皖通科技发布的2020年年报,深交所于5月10日下发关注函,要求上市公司说明成都赛英的具体交易情况,披露更多细节,同时补充披露陕西网通的主营业务情况、最近三年的主要财务数据及占比等信息。

皖通科技现状堪忧。一方面,董事会与现任聘聘大多数独立董事意见不合、针锋相对;另一方面,以周发展为核心的南方银谷方面、世纪金源系股东西藏景源方面、上市公司自身互相纠缠在多项诉讼中,乱象频生。

尽管南方银谷已将董事会控制权暂时保留,但依然无法高枕无忧。5月13日,上市公司董秘周璇提出辞职。5月24日召开的皖通科技第五届董事会第二十八次会议,全票审议通过经公司董事长周发展提名的周海涛为公司董事会秘书。

另外,南方银谷在5月13日通过集中竞价方式减持公司股份的过程中,错误买入5万股形成短线交易。根据相关规定,持有上市公司股份5%以上股东将其持有的该公司股票在买入后六个月内卖出,或者在卖出后六个月内又买入,所得收益归该公司所有。上述业内人士表示,“这意味着,南方银谷若要再度套现,至少需要六个月之后,为自己未来的减持无形中设置了障碍。”

汽车生态圈“818”IP三年初长成 欲与双11和618“三节鼎立”

■本报记者 许洁

继618、双11之后,又一个新的IP正在开枝散叶。

日前,2021汽车之家818全球汽车节落户长沙暨汽车之家818全球汽车夜(以下简称“车晚”)启动仪式在长沙召开,长沙市政府、中国汽车工业协会、中国贸促会汽车行业分会、汽车之家、湖南卫视等相关领导出席。

《证券日报》记者了解到,从2019年至今,汽车之家已连续举办两届818全球汽车节,但从未召开过启动仪式,此次提前三个月启动官宣,最大不同之处在于“全球汽车节”将正式落户长沙。

启动仪式上,汽车之家董事长兼CEO龙景表示:“希望在各方的共同努力下,将818全球汽车节打造为长沙一张靓丽的汽车产业文化名片,打造成为促进湖南汽车产业链做大做强的动力引擎。”

“818”超级IP遭热捧

“一生二、二生三,三生万物。”汽车之家第三届818全球汽车节此次提前热身,并昭告“正式落户长

沙”,显示出其打造“818”IP的决心。但在业界看来,“决心”的背后不乏来自外部的“压力”。

在各种互联网造节中,8月18日这个日子在2019年被汽车之家占上了。但今年的8月18日,汽车之家无法继续一枝独秀,因为易车也要“搞事情”。易车在今年4月份宣布,将于8月18日与浙江卫视联手推出“超级818汽车狂欢夜”。一边是“汽车之家+湖南卫视”,另一边是“易车+浙江卫视”,这样的“擂台”很难不让人想起此前阿里与京东围绕“双11”拉开的战事。

易车相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,公司与浙江卫视合作的晚会正在筹备中,之所以选择8月18日,就是为了“对标汽车之家”。

汽车之家高级副总裁刘悦对《证券日报》记者表示:“今年确实要强调我们的‘主场概念’,汽车之家早在2019年就与湖南卫视、中汽协、汽车贸促会共同创造了‘818’汽车节这一概念,经过过去两届的努力,已经占领了用户心智。今年我们一定会强调自己的首创和主场概念,让大家一提起818,就想到汽车

之家。”

不出意外的话,8月18日,湖南卫视与浙江卫视的两台晚会将出现正面“硬刚”的场面。“汽车之家是行业领军者,湖南卫视是卫视之王,双方是强强联合。去年‘车晚’收视率夺得六网全国第一,最高收视率达11.3,整体网络播放量突破4亿,总曝光量超135亿。去年‘车晚’的热搜达113个,希望今年的热搜能够再创纪录。”刘悦表示,“提起‘造节’,许多人想到的还是双11和618,我们希望未来大家提到818时,第一个想到的是汽车之家和湖南卫视,我们要将818打造成汽车行业节日。”

中国贸促会汽车行业分会副会长赵扬对《证券日报》记者表示:“一如电商行业在618、双11带来的消费拉动,2019年汽车之家的‘车晚’累计浏览独立用户数超1.53亿人次,经销商互动询价达28.4万单,收获4万台订单。2020年汽车之家‘车晚’再创佳绩,凭借节目跨界、台网联动等优势,网上车展车节这一概念,经过过去两届的努力,已经占领了用户心智。818这个超级IP的成功打造,是汽车之家战略转型结出的果实,也是汽车之家

送给汽车行业的一份礼物。在车市风云变幻的今天,我们比以往更加需要这样的IP来提振信心,应对更大的挑战。”

汽车业瞄准“Z世代”

在企业“造节”与“硬刚”的背后,彰显的是汽车行业发展态势面临的变局。从“小破站”B站的“春晚”破圈,到汽车之家与易车的“车晚”对决,对“Z世代”(通常指1990年代中期至2000年代初期之间出生的民众,对通过社群网站与他人互动非常上手)的争夺已经蔓延到汽车领域。

徐晴作为湖南卫视多档知名栏目的制片人,将操刀今年的“车晚”。徐晴对《证券日报》记者透露,今年的“车晚”将围绕“谁是未来汽车的头号引擎”这一核心,规划出颜值、潮流、硬核、幸福、未来等五大赛道。汽车之家与湖南卫视还将全力打造多项线下潮流大事件,包括集结全球经典车的长沙全城巡游秀,与长沙网红品牌联名快闪等,搭配“车晚”现场的“一元秒杀车”“终极锦鲤大奖”等超级玩法,共同营造汽车节日氛围。