

上市公司分红榜

# 现金分红率达55.70% 泸州老窖回报股东落地有声

■本报记者 赵学毅

“公司坚持实施积极的利润分配政策,在兼顾可持续发展的前提下,必须重视对投资者合理的投资回报,利润分配应保持连续性和稳定性。”泸州老窖股份有限公司(以下简称“泸州老窖”)党委书记、董事长刘淼近日表示。

据刘淼介绍,泸州老窖在《上市公司章程》中明确规定,每年以现金或股票方式分红比例不低于当年实现可供分配利润的50%,其中以现金方式分配的利润不少于当年实现可供分配利润的30%。“在未作股票送转的情况下,公司已连续12年现金分红比例达100%。自1994年上市以来,公司累计现金分红总额

213.55亿元,分红率高达55.70%,在沪深两市4000多家上市公司中名列前茅,让全体股东充分分享了上市公司的发展成就。”刘淼介绍。

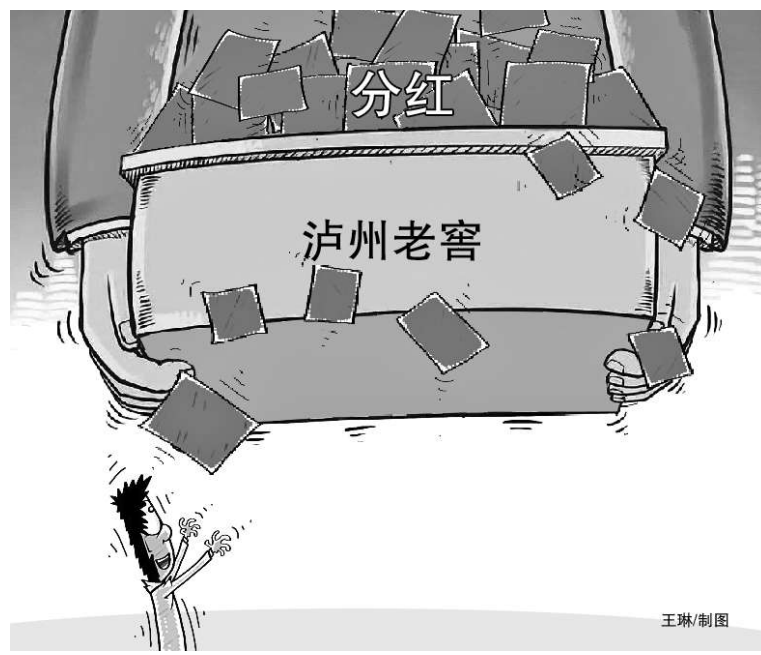
泸州老窖于1994年5月在深交所挂牌上市,是四川省内第一家白酒上市公司。公司秉持“天地同酿,人间共生”的企业哲学,以实现企业、社会和环境的共同发展为目标,秉持“坚持高比例现金分红,维护股东合法权益”的理念,实施积极的利润分配政策,以丰厚的现金分红回报投资者。

泸州老窖董事会在每次利润分配政策的决策和论证过程中,尊重独立董事的专业意见,积极与股东特别是中小股东进行沟通、交流,充分听取中小股东对利润分配的意见

和建议,及时答复投资者关心的问题,最终形成合理的利润分配方案。董事会在审议利润分配方案时,对中小股东投票结果进行单独计票,利润分配方案已连续多年经与中小股东高比例表决通过。

泸州老窖高度重视分红工作,严格执行章程规定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。“近年来,由于公司始终坚持实施高比例现金分红,所需资金量较大,在具体实施分红方案前,公司业务部门都会合理规划工作进度,积极筹措资金,确保分红方案按时实施,从未出现过延迟情形。”泸州老窖方面表示。

据公司方面介绍,未来将继续保持利润分配的稳定性和持续性,



王琳制图

丰富投资者参与分红决策的沟通渠道,制定出更加科学合理的利润分配方案,以更加优异的产品和持续稳定的业绩增长回报消费者与广大投资者,与投资者共享发展成就,为

促进资本市场健康稳定发展作出应有的贡献。

(“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)

# 披露证监会处罚公告竟然“漏人” 事发近两月\*ST斯太才发现 律师认为,此举再次涉嫌信披违规

■本报记者 桂小笋

\*ST斯太在4月1日发布关于“收到证监会行政处罚决定书”的公告后,直到5月24日才发现,原披露内容有误,被处罚的当事人竟然“漏掉”一人。公告同时还对其他十项内容进行了更正,大多为错别字、标点等细节差错。

如此重要的公告,在发布近两个月后才发现“漏人”现象,实在令人费解。上海明伦律师事务所王智斌律师在接受《证券日报》记者采访时说,\*ST斯太对证监会行政处罚对象进行选择披露,无论是过失行为,还是有意为之,均再次涉嫌信息

披露违规。

另外值得注意的是,公司的2020年年报和2021年一季报至今仍未披露。在深交所互动易等平台,有不少投资者询问公司财报披露的进展,但至今无人回答。

## 股票停牌+年报难产

据\*ST斯太在4月20日发布的2020年度业绩快报,公司预计报告期内实现营业收入同比增长690.08%;营业利润同比增长163.63%;归属于上市公司股东的净利润为5569万元,同比增长130.65%,实现扭亏。

对于报告期内业绩增长的原因,公司给出的理由是:公司12月份实现产品销售收入7735万元,销售收入增加导致公司营业利润、利润总额、净利润相应增加;公司及全资子公司斯太动力(江苏)投资有限公司按时偿付借款本金5830万元,实现享受由此产生的债务豁免优惠,合计金额约9990.44万元,已计入本期投资收益。

但因公司未在法定期限内披露暂停上市后的首个年度报告,\*ST斯太的股票自2020年7月6日起暂停上市。今年3月31日,\*ST斯太收到中国证监会下发的《行政处罚决定书》,根据处罚决定书认定的事实,由

于公司任意连续四个会计年度利润为负值,触及终止上市标准,触及重大违法强制退市情形,公司股票可能被实施重大违法强制退市。

今年5月6日,\*ST斯太收到深交所发出的《事先告知书》,根据告知书内容,深交所上市委员会将对公司股票终止上市事项进行审议,做出独立判断并形成审核意见;深交所将根据审核意见,做出公司股票是否终止上市的决定。

## 投资者维权仍在继续

援引公开信息可知,由于\*ST斯太此前的“劣迹”,有投资者欲通过

证券虚假陈述诉讼维权。随着公司可能被终止上市等信息的披露,投资者的担忧情绪有所增加。

“不少投资者担心,公司退市后,即便赢了官司也拿不到赔偿款。实际上,公司退市不等于公司破产,退市并不会对投资者维权诉讼产生直接影响。”王智斌对《证券日报》记者介绍。

王智斌同时提醒投资者称,“结合\*ST斯太当前的经营情况,退市意味着公司经营状况堪忧,退市本身会加剧公司再融资的难度,退市后公司的偿付能力也会受到重大影响。从这个角度看,公司一旦退市,将会对投资者维权诉讼产生间接影响。”

# 坐拥三大核心优势 特斯联要做新基建领域的“苹果”

——专访特斯联CEO艾渝

■本报记者 谢岚

随着5G、物联网、人工智能等新一代信息技术的发展,人们对于智慧城市生活场景的种种想象日渐照进现实,无论是谷歌、亚马逊,还是腾讯、阿里和华为,越来越多的巨头都在各自核心赛道发力,渴望成为未来城市的定义者。

“这是中国科技创新的大时代。”5月19日,世界智能大会召开前,特斯联创始人兼CEO艾渝在接受《证券日报》记者专访时感叹,受益于丰富的场景、庞大的人才队伍,以及国家层面对科技创新的大力支持,特斯联在智能经济领域的诸多中国科技企业,得以和世界科技巨头们站在智能经济发展的同一起跑线上,甚至在部分领域实现领跑。

从重庆的AI PARK到迪拜的世博会,再到此次在天津举办的世界智能大会,特斯联这家AIoT(人工智能物联网)头部企业正在通过一系列围绕智能城市打造的操作系统TACOS(Terminus AI CITY Operating System)、硬件及生态的搭建,试图向全世界提供一个关于“未来之城”的标杆性答案——人工智能城市AI CITY。

AI CITY可以看作城市版的“苹果手机”,是以智能城市操作系统(TACOS)为核心,将城市硬件、应用软件和生态系统架在其上的全新物种。在艾渝的设想里,这将是一座具有自我感知、自主决策的智能城市。“我们一定是最早一批建设和运营的人。”

艾渝对《证券日报》记者透露,公司下一步目标是择机登陆资本市场。

## 聚焦智慧城市 要做新基建“领头羊”

在职业生涯的前半段,艾渝从华尔街投行到光大控股,算是一位颇为成功的投资人,在其投资成绩单上有美团点评、商汤科技、京东物流、蔚来汽车、小鹏汽车、爱奇艺、元气森林等一连串明星企业。

“投资是在高空飞行,可以让你看得更远、看得更广。”为何选择跳出舒适区,从投资圈变身实业领域,直接掌管一家企业并带领其全面转向AIoT赛道?艾渝回应称:“我觉得这个产业代表了中国的未来,也代表了中国的未来。”

特斯联在2015年创立时,艾渝主导了光大控股新经济基金对特斯联的投资;2017年,艾渝出任特斯联



特斯联CEO艾渝接受《证券日报》记者专访

CEO。2018年底召开的中央经济工作会议中,新基建被提升到国家战略高度层面,作为新基建的集大成者,智慧城市的建设也应运而生。据统计数据显示,目前全球近千个提出智慧化发展的城市中,有近500个是中国城市。2019年,中国城市智慧化建设的资金规模超过9000亿元,未来几年将保持较快速增长,预计到2023年市场规模将超过1.3万亿元。

“这个市场特别巨大,整体可达万亿级别,但里面会有很多细分内容”。艾渝毫不掩饰自己的兴奋。

然而,该领域现已成为群雄逐鹿的新战场,包括阿里、腾讯、华为等在内的科技巨头纷纷杀入。与其他玩家聚焦细分赛道卖硬件设施、卖软件或卖垂直解决方案不同的是,特斯联选择的路径是做城市整体,即AI CITY。

艾渝将特斯联定义为全新一代“城市数字化合伙人”。艾渝表示,特斯联将以AI CITY为载体,向外输出各方面能力。首先,提供一个基于未来科技水平的数字化、智能化新型基础设施;其次,针对未来潜在的人机交互需求,提供新型的人口级机器人产品;最后,在智能化场景应用的积累上,提供碳中和能源解决方案。

“这是特斯联目前三大核心主

营方向。我们要服务的客户就是所有的科技公司、科创公司以及科研人员, AI CITY就是为他们赋能和服务,提供一套高科技的公共基础设施与服务。”他打比方称,“特斯联就像是苹果公司,既做智能硬件,也做平台软件,还做生态。通过生态,为所有开发者以及垂直应用企业提供平台。我们做的AI CITY就像一部苹果手机,把所有生态结合到一起,做出一款多功能产品。”

艾渝表示, AI CITY总体上是TO B、TO C、TO G复合的模式。在AI CITY中,首先是用技术为C端消费者提供服务,比如机器人送餐、物流配送等;其次是为入驻企业提供平台软件,包括提供数据的能力,帮其连接政府获得项目订单等;第三是为地方政府提供服务,助其引进科技创新产业,加快新旧动能转换。AI CITY不仅要为地方政府完成数字化、智能化的基础设施建设,还提供长期的数字化产业运营服务,如招商、场景落地、科技成果转化等。

特斯联的收入主要来自三方面:一是在AI CITY建设过程中,销售硬件、软件和平台解决方案,并在后续运营中提供平台服务取得的收入;二是为地方政府提供产业落地服务获得的收入;三是入驻AI CITY的企业和个人购买服务带来的收入,与苹果公司对APP STORE里的应用开发商收取一定比例的提成类似。

“目前特斯联每年能够获得几十亿元订单收入,并保持100%以上增速。从收入结构看,来自地方政府的收入占比30%左右,来自B端的收入约占70%。”艾渝向记者透露。

据德勤此前发布的“2020年中国高科技成长50强”榜单显示,特斯联过去3年收入增速高达17915%,凭借技术、商业模式、发展

空间上的领先优势高居榜首。

## 上市条件已达到 就差一个合适时机

据了解,2020年以来,特斯联的AI CITY项目已在重庆、武汉、德阳等多个城市陆续动工建设。今年5月份,位于重庆凤鸣湖畔的AI CITY项目首期AI PARK率先揭开面纱。同时,特斯联跻身迪拜世博会的官方首席合作伙伴,除了为世博会提供超过150台智能机器人外,还将协助迪拜打造中东首座AI CITY。

AI CITY在海外加速布局落地的背后,光大控股智能经济系列基金(以下简称“光智基金”)也在资本端发挥了不可小觑的作用。光智基金由光大控股联合特斯联于2020年7月共同发起设立,基金目标规模100亿元,分别以人民币、美元双币基金形式设立。该基金被视作光大控股智能经济系列基金的2.0版本,此前在艾渝的操盘下,光大控股新经济团队已完成70多个项目的投资,捕获了包括美团点评、商汤科技、京东物流、蔚来汽车在内的近20家国内独角兽企业。光智基金旨在进一步聚焦新基建和智能经济赛道,尤其是围绕AI CITY的产业链上下游进行投资,为AI CITY的部署提供资本助力。

“把金融资本用好很重要。通过光智基金,我们希望能够在这个行业里看到最领先的技术、最领先的公司,找到最优秀的团队。与他们交流,可以拓宽我们的视野和投资领域。”艾渝同时表示,“像苹果公司一样,特斯联要做生态,资本就是纽带,能让我们跟最顶级的企业建立起联系。现在很多企业特别喜欢被我们投资,因为我们在投资的时候,还能为这些企业赋能,带来客户资源、金融资源和技术资源。”

特斯联也成为资本眼中的香饽饽。目前公司已完成多轮融资,投资方包括光大控股、IDG资本、中信产业资本、京东、商汤科技、科大讯飞、Investcorp等国内外顶级投资机构和本地企业。

“既有产业投资人,也有财务投资人,还有技术投资人,我们的股东已经形成比较完整、丰富的生态圈。”艾渝透露,“近期还会有一些新的大型机构投资者加入,对公司的战略发展将有协同和带动作用。”

谈及是否已有上市计划,艾渝笑着表示:“我们时刻都在准备着,条件早就达到了,就差一个合适的时间点。”

# 京东与天猫抢跑宠物赛道 “萌宠经济”为啥这么香?

■本报记者 许洁 见习记者 李豪悦

近日,定位于一站式宠物消费和服务平台的京东宠物首次披露,未来一年将整合京东全平台资源,打造超过50个第一梯队的新品牌。无独有偶,今年4月份,天猫也表示,新财年规划中,将宠物类目升级为一级行业。天猫将用当年建设美妆的资源投入力度,重点发力宠物赛道,未来3年把宠物行业打造成为第二个天猫美妆。

两家电商巨头在相近的时间节点纷纷表示加大对宠物业务布局,无疑为本就炙手可热的宠物赛道又添了一把柴,加了一把火。易观电商行业高级分析师何懿轩认为,巨头入局势必会让宠物消费、宠物内容、宠物品牌等更加频繁地进入大众视野,带动更多人参与养宠,进而带动宠物市场的发展。

## 两大电商巨头 助推宠物品牌升级

在5月19日围绕京东宠物战略升级的活动现场上,京东零售集团宠物业务总经理刘露介绍,京东宠物是一站式宠物消费和服务平台,包括零售、服务、全渠道和医疗健康四个板块,已实现对全产业链、消费全场景、宠物全生命周期的覆盖。

《证券日报》记者了解到,京东布局宠物行业已有十年历史,但此次京东宠物首次披露,未来一年将整合京东全平台资源,打造超过50个第一梯队的新品牌。

值得一提的是,今年4月份,天猫宠物在天猫金妆奖上也宣布,加大对宠物业务的投入力度。据了解,天猫宠物在新财年规划中将宠物类目升级为一级行业,并将在未来3年把宠物行业打造成第二个天猫美妆;另外,对新锐品牌的孵化也将是天猫宠物的重点目标。

可以看到,京东与天猫在进入“宠物”新赛道的策略方面出现了共同点,除了提升宠物业务在内部的重要性外,不约而同地表示出对新品牌扶持的态度。谈及背后原因,易观电商行业高级分析师何懿轩向《证券日报》记者表示,电商平台在各类消费品的线上化率逐渐饱和的情况下,需要寻找一些突破口,进行集中化、规模化扶持,以在平台间的竞争中占据优势。

看懂AI财经评论员王亦坤告诉《证券日报》记者,现阶段,随着反垄断常态化,头部企业利用垄断优势打压竞争对手的策略必须改变。“头部企业有流量、资金、资源等方面优势,可以将其流量、资金、资源注入创新企业,帮助创新企业围绕产业转型提质以及消费升级,在行业细分领域寻找结构性机会,加大研发力度和创新投资,在细分领域开辟新的市场增量,获取新的行业发展红利。”

## 超80家宠物企业 年内已获融资

《2021年中国宠物消费趋势白皮书》显示,去年我国宠物行业市场规模接近3000亿元,未来3年行业将继续保持平稳增长,复合增速预计可达14.2%,到2023年市场规模将达4456亿元。从数量上看,猫狗宠物的总数量在2018年就已超过1亿只。

何懿轩表示,电商巨头的加入主要还是基于宠物市场快速增长的发展态势,不论是年轻人还是中老年人,养宠物的比例越来越高。

《证券日报》记者还发现,近年来宠物行业的融资频率也在逐年上升。宠业家统计数据表示,2020年国内外宠物行业共发生63起融资事件,其中国内有39起,融资总金额超过61亿元。天眼查数据显示,2021年我国已有超80家宠物相关企业(公司名称或经营范围含“宠物”)获得融资,融资金额达数十亿元。

越来越多的宠物企业会选择走向资本市场。今年2月份,经营宠物用品和食品的天元宠物申请创业板上市顺利过会。5月18日,“宠物卫生用品第一股”依依股份登陆深交所主板,发行价44.6元/股,首日上涨43.99%,随后5天连续涨停。截至5月25日收盘,依依股份股价报收103.42元/股,累计涨幅达131.88%,市值达97.21亿元。

在A股市场上市多年的老牌宠物企业也表现不凡,凸显宠物概念股的投资价值。据同花顺数据显示,截至5月25日收盘,上市均已3年多的中宠股份、佩蒂股份,股价分别报收40.55元/股、35.68元/股,与发行价相比涨幅分别达162.29%、59.71%。

## 综合电商VS垂直电商 除了竞争还有合作

与宠物垂直电商相比,天猫与京东切入宠物赛道拥有天然流量优势。据波奇宠物招股书显示,在宠物电商领域,以2019年GMV(网站成交金额)总和计算,淘系平台以60%的市场占有率位居行业第一,京东以3.7%的市场占有率位居第二,第三名波奇宠物的市场占有率为1.9%。

天猫和京东的高调介入,会否进一步挤压垂直电商的生存空间?对此,同行的态度并不悲观。波奇宠物相关负责人向《证券日报》记者表示,“我们和京东、天猫一直是很好的合作伙伴,他们对宠物行业的重视是我们愿意看到的。中国目前尚无较为严格、全面的宠物商品监管标准出台,尤其是宠物食品行业乱象依然存在,行业不规范对受众造成一定程度的信任危机。越来越多的企业和平台参与进来,对行业的长远发展是好事。”

谈及竞争问题,波奇宠物首席战略官房凯此前曾向《证券日报》记者表示,宠物市场很大,能够在这个行业里生存下来并发展成一定规模的企业都很优秀。优秀的企业之间并非只有竞争,也可以是合作共赢模式。

“大部分人还是通过线下店以及淘宝天猫、京东、拼多多等大平台购买宠物商品。电商入局,可以对平台内的宠物商品及品牌进行更系统的梳理,为消费者提供更完善、更便捷的购物体验,但不会对市场格局造成太大影响。”何懿轩评价称。