

直击万科2021年度股东大会： 郁亮称“短期来看房地产市场已触底”

■本报记者 赵学毅
见习记者 李昱丞

6月28日，万科在深圳盐田区万科中心召开2021年度股东大会，万科董事局主席郁亮、总裁祝九胜、董秘朱旭等出席。《证券日报》记者在现场看到，会场为150位股东准备的七排座位几乎坐满。

2021年对于万科而言并不容易，在房地产市场整体下行的情况下，公司自2008年以来首次实现年度归母净利润同比下滑。今年以来，受到疫情等因素冲击的房地产行业仍处于低位运行的状态。在2022年甚至中盘之际，作为行业龙头企业的万科，对房地产市场

看法尤其吸引外界关注。

郁亮表示，短期来看房地产市场已经触底，市场恢复是个缓慢而温和的过程。现在行业需要信心。“房地产并非处境最困难的行业，所以没有任何理由躺平。”郁亮在股东大会上分享了一组行业数据，根据各地网签公开数据统计，主要一、二线城市商品住宅销售面积1至2月份同比下降36%，4月份同比下降约六成，但5月份情况已出现好转，进入6月份之后环比明显上升。

对于6月份环比增速较快，郁亮认为，除了政策出台带来积极影响以外，4、5月份因疫情而延迟的需求释放带来回补。此外，每年6

月份房企通常会成交量的一个小高峰，叠加5月份基数较低，因此6月份出现回暖。

从万科自身情况来看，公司公布的销售简报显示，今年5月份，实现销售额307.6亿元，同比降幅仍达到46.56%，但是环比降幅微跌0.26%。

郁亮在股东大会上表示，尽管房市销售6月份环比明显上升，但同比仍然下降，只是下降幅度相对收缩。更重要的是，当前房地产市场所处环境已与过去不同。如今，人口形势、收入状况、房地产市场运行的指导原则都已发生变化，行业已进入新的发展阶段，不会再回到过去的发展逻辑，也不会再回到

过去高峰时期的规模与增长速度。

郁亮在股东大会上表示，房地产行业有两大优点，一是虽然行业进入新的发展阶段之后规模可能有所回落，但仍是一个10万亿元的市场。二是房地产行业有千年的历史，常做常新、常做常有。面向未来，万科一定可以找到能够做的事情，靠出色的产品和服务还是能够找到新的市场机会。

万科的这一战略定力也得到大股东深圳地铁集团的支持。此次因为疫情原因未委托董事到场的深圳地铁表示，面对市场压力看到了万科管理层的决心和魄力，信赖万科管理层，长期看好万科。

值得注意的是，此前对市值管理相对动作较少的万科，近期也开始改变了作风。3月30日晚间，万科发布回购方案，拟斥资20亿元至25亿元回购A股股份，回购价格不超过18.27元/股，预计回购股份数量不低于1.37亿股。

公司公告显示，5月30日至6月20日，万科连续15个交易日回购A股股份。截至6月28日，万科合计回购A股股份近7300万股，回购资金总额超12.9亿元。

万科董秘朱旭在股东大会中表示，接下来如果股价满足条件，万科会尽力去做回购，如果没有满足，会向董事会报告，也会向监管部门说明。

抢抓药用玻璃升级机遇 力诺特玻20亿元加码高端药用包材产研建设

■本报记者 赵彬彬

6月28日，力诺特玻发布公告称，拟与济南市商河县人民政府签署三期高端药用包材项目投资协议、建设中硼硅高端药用包装玻璃产研基地，项目总投资金额约20亿元。不久前，力诺特玻首发募投项目的中硼硅药用玻璃项目已实现投产。

IPG首席经济学家柏文喜对《证券日报》记者表示，我国药用玻璃正由低硼硅玻璃向中硼硅玻璃升级，这是我国药用玻璃发展的趋势。公司顺应行业发展潮流，加快中硼硅玻璃建设，一方面可抢占发展先机促进自身发展，另一方面也有助于药品包材行业迭代升级。

调整战略 持续加码高端药用包材

“随着近年来我国制药产业的不断升级，对于医药包装的需求也相应增多，特别是伴随着一致性评价推进、创新药企加速崛起，都在推动国内药用玻璃升级换代，这其中蕴含着巨大的市场机会。”清晖智座创始人宋清辉对《证券日报》记者表示。

正是看到了药用玻璃升级的市场机遇，2021年，力诺特玻调整发展战略，提出“在现有产业基础上，以药用包材为重点，将企业做强”的战略规划。

公司药用包材业务也在快速提升。2021年，公司药用玻璃业务实现营收3.08亿元，同比增长

78.9%，其中中硼硅药用玻璃瓶实现销售额2.2亿元，增长率达144.73%，药用玻璃业务在整体营收比例由26.08%上升至34.65%，成为公司收入的重要增长点。

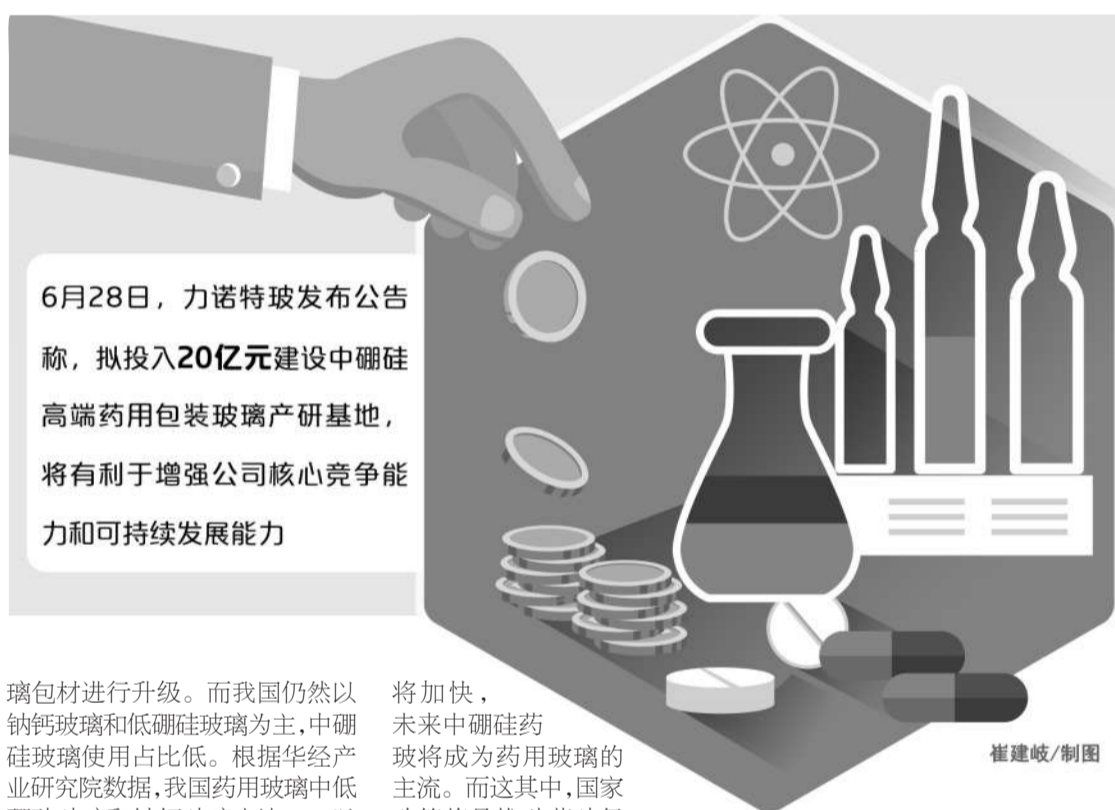
同时，公司也在加快募投项目“中硼硅药用玻璃扩产项目”建设。不久前，力诺特玻首发募投项目的中硼硅药用玻璃项目已实现投产。16亿支中硼硅药用玻璃瓶的生产能力，其中中硼硅安瓿瓶7亿支、中硼硅西林瓶7.5亿支、中硼硅卡式瓶1.5亿支，目前部分生产线已投产运行。”

公司表示，此次计划投入约20亿元，在济南市商河县建设高端药用包装材料以及科创中心。这将进一步扩大大药用玻璃的生产规模和经营规模，有利于增强公司核心竞争能力和可持续发展能力，符合公司发展战略及整体利益。

政策助力 药玻升级迎来机遇期

“药品包材主要有玻璃、橡胶、塑料、陶瓷和金属等种类，相比之下，玻璃具有耐腐蚀、阻隔性好、密封性好等优点，使其成为主流药品包材。其中，中硼硅玻璃凭借优异的抗热冲击性能及耐水性能最适合药用。”海南博蓝医疗科技有限公司总经理邓之东对《证券日报》记者表示。

资料显示，目前欧美发达国家的中硼硅玻璃使用比例超过2/3，注射剂基本全部采用中硼硅玻璃，印度、俄罗斯等国家也在对药用玻



璃包材进行升级。而我国仍然以钠钙玻璃和低硼硅玻璃为主，中硼硅玻璃使用占比低。根据华经产业研究院数据，我国药用玻璃中低硼硅玻璃和钠钙玻璃占比90%以上，中硼硅玻璃尚不足10%。

“这背后最主要的原因还是成本问题。”山东某制药企业供应链负责人告诉《证券日报》记者，因为中硼硅玻璃相比低硼硅玻璃价格要高一些。

不过，上述人士也表示，“中硼硅玻璃的性能更好一些，近年来用量也在增加，特别是在一些创新药、生物药等高附加值的产品中应用得更多。”

在柏文喜看来，药玻行业升级

将加快，未来中硼硅玻璃将成为药用玻璃的主流。而这其中，国家政策将是推动药玻行业发展的力量。

2020年5月份，国家药品监督管理局药品审评中心发布的《化学药品注射剂仿制药质量和疗效一致性评价技术要求》等文件提出，一致性评价要求使用的包装材料和容器的质量和性能不得低于参比制剂。

前述药企人士称，尽管政策并未对使用中硼硅玻璃提出强制要求，但由于参比制剂多为国外原研药，其包材广泛采用中硼硅

玻璃，因此药企在开展一致性评价时会更倾向于使用更高质量的中硼硅玻璃，从而有利于实现从低硼硅向中硼硅的升级换代。同时，企业关联审评审批制度下加强了药品生产企业和药包材企业之间的黏性，有助于深化双方的合作关系。

邓之东则认为，随着药玻企业加大研发投入、加快技术改造、提质增效、扩大规模，将进一步降低生产成本，加速产业升级进程。

ST辅仁年报“难产”三发退市风险提示 曾连续四年年报信披违规

■本报记者 矫月 张文娟

6月28日，ST辅仁发布公告称，因在开展公司财务审计工作和定期报告编制过程中遇到困难，公司年度报告审计工作进度未达预期，未能在法定期限内披露2021年年度报告及2022年一季度报告。

上述公告已是ST辅仁发布的第三次退市风险提示公告。好韵多律师事务所执业律师王奎星向《证券日报》记者表示：“公司年报必须在自停牌起4个月内披露，不然可能被强制退市。”

公司股票已于2022年5月5日停牌。

对于何时披露2021年年报的问题，《证券日报》记者以投资人身份致电ST辅仁，其董秘办公室工作人员表示：“目前公司2021年年报编制工作正在有序推进，进展比较顺利，具体进度不方便

透露。”

信披违规被立案

回顾公司的年报披露日程可知，ST辅仁原定于2022年4月30日披露公司2021年年度报告以及2022年一季度报告。但在年报披露前，公司于4月24日发布公告称“前任审计机构北京兴华会计师事务所因工作安排无法继续承接，于2021年12月18日辞任”。

值得一提的是，公司已于2022年3月21日聘请深圳旭泰会计师事务所为审计机构，但因受疫情和审计工作的安排影响，深圳旭泰会计师事务所未能完成审计工作。

对此，王奎星向《证券日报》记者分析称：“如果不能在法定时间内披露年度报告，上市公司不但属于信息披露违法违规，甚至更严重的可能面临退市。”

实际上，因未在规定期限内披

露2021年年报，涉嫌信息披露违法违规，ST辅仁于2022年5月7日、6月1日已分别收到河南证监局、证监会的责令改正措施的决定书和立案告知书。

连续4年年报存虚假记载

虽然ST辅仁解释称“年报未披露原因是因为更换会计师事务所并受到疫情因素影响”，但市场中也有其他担忧。

王奎星对记者表示：“除疫情对审计的进度产生影响外，不排除ST辅仁在财务和持续经营能力等方面存在一定问题，一方面，可能目前审计机构还无法对这些方面获取充分、适当的审计证据；另一方面，面对这些问题，审计机构与ST辅仁需要更多沟通。”

市场对于ST辅仁年报的质疑主要是源于公司多个年度的年报披露出现问题。

梳理ST辅仁以前年报可知，公

司曾因为2015年至2018年年度报告存在虚假记载、重大遗漏，收到中国证监会《行政处罚决定书》及《市场禁入决定书》的公告。

中国证监会认为，公司2015年至2018年年度报告中虚增货币资金、未披露控股股东及其关联方非经营性资金占用，以及2018年年度报告未披露关联方担保，导致定期报告存在虚假记载、重大遗漏的行为。其中，朱文臣作为公司实际控制人、董事长、总经理被采取10年证券市场禁入措施。

此外，ST辅仁在2019年和2020年的年报中，曾被会计师事务所分别出具无法表示意见和保留意见的审计报告。

值得一提的是，ST辅仁涉及的资金占用、违规担保、预计负债、应收账款、持续经营能力等多项风险至今仍未消除。数据显示，2020年，ST辅仁净利润亏损12.93亿元，据2021年及2022年一季度业绩快报显示，公司净利润分别亏损约为

17.96亿元、1.77亿元。

除了退市风险外，公理企业管理咨询有限公司合伙人曹炎向《证券日报》记者表示：“在被立案调查的背景下，ST辅仁还面临着法律风险。首先，证监会会对ST辅仁信息披露违法行为进行立案调查，如确实存在违反《证券法》的行为，将会对ST辅仁下发行政处罚决定；其次，因违规担保和控股股东违规占用资金，导致ST辅仁流动性失衡，最终导致其巨额亏损，加之未及时披露年报的行为也属于侵害投资者知情权，投资者可主张ST辅仁及其控股股东承担相应的民事赔偿责任。”

对于ST辅仁的未来发展，河南中鹏律师事务所公司律师王超然称：“流动性是当前ST辅仁面临的重大问题，融资机构的融资纾困或被其他企业兼并重组，或是未来ST辅仁走上重生的一条重要途径。但ST辅仁面临的资金缺口巨大，是否能找到合适投资者将面临挑战。”

女鞋第一股星期六“弃鞋” 转型“轻”资产运营

星期六鞋业近两年处于亏损状态，从单体口径来看，2020年星期六鞋业实现营收4814.78万元，净亏损710.94万元；2021年实现营收1.15亿元，净亏损4798.28万元。而从合并口径来看，2020年至2021年公司净亏损达7748.78万元。

■本报记者 贺俊
见习记者 李静

创立于30年的女鞋企业星期六股份有限公司(以下简称“星期六”)，正在放弃鞋履业务。

继两年前出售鞋履业务生产部门后，6月27日晚，星期六发布公告称，为进一步推进公司经营战略，以最终实现专注向品牌管理、供应链管理的“轻”资产运营模式转型，拟在广东股权交易中心股份有限公司以挂牌方式转让持有的子公司佛山星期六鞋业有限公司(以下简称“星期六鞋业”)100%股权，首次挂牌转让底价不低于6.02亿元。

战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊在接受《证券日报》记者采访时表示：“近几年女鞋行业陷入了严重的同质化竞争状态，企业差异化较弱，企业之间拼价格、拼流量、拼促销手段，反而使企业的利润下滑。同时，电商的兴起冲击了传统的零售店鞋业，使传统行业面临较大危机，星期六选择剥离鞋业业务，符合企业的策略定位。”

女鞋第一股“脱鞋”

星期六于2009年挂牌上市，成为国内第一家A股上市的女鞋企业，也被冠以“女鞋第一股”。上市当年，星期六的营收为8.8亿元，归母净利润为1.14亿元。在之后的数年间，星期六的归母净利润处于持续下降状态。2021年，星期六亏损6.99亿元，同比下降2980.9%，这是公司上市以来亏损幅度最大的一年。

针对大幅亏损，星期六将部分原因归结于鞋履业务的下滑。星期六在公告中表示，疫情反复对线下商业销售冲击较大，从而对公司鞋类库存的消化造成了极大影响，加上公司因业务转型而产生的额外费用，导致鞋履业务全年均处于经营亏损状态。

业内人士表示，近几年，星期六鞋履业务亏损严重，此次剥离也是为了甩掉业绩包袱，轻装上阵。

值得一提的是，近几年，星期六对鞋履业务的运营模式已逐渐从重转轻，开始收缩业务。据了解，星期六通过参股设立佛山市中麒商贸有限公司，整合了单一品牌经销商渠道；通过参股设立杭州欣逸商业有限公司、杭州泓华商业有限公司、杭州欣逸商业有限公司，分别承接了ST&SAT和FONDBERYL、D:FUSE、SAFIYA的单一品牌自营专柜渠道。

此外，2019年末，星期六宣布，以1358万元的价格出售主营业务为鞋履生产的全资子公司——佛山星期六科技研发有限公司，不再保留生产职能。

对于此次出售股权事件，《证券日报》记者对星期六进行采访，截至发稿未收到回复。

根据公告信息，星期六鞋业近两年处于亏损状态，从单体口径来看，2020年星期六鞋业实现营收4814.78万元，净亏损710.94万元；2021年实现营收1.15亿元，净亏损4798.28万元。而从合并口径来看，2020年至2021年公司净亏损达7748.78万元。

专注于“轻”资产运营

根据公告内容，此番剥离鞋类业务后，星期六将专注于互联网营销业务的发展，专注品牌授权、品牌管理、供应链服务的“轻”资产运营方式。记者注意到，对于互联网业务，星期六已布局多年。

为了打造时尚IP生态圈，星期六曾于2017年初，以3.53亿元的价格收购了北京时尚锋迅信息技术有限公司(下称“时尚锋迅”)83%的股权，以及北京时欣信息技术有限公司(下称“北京时欣”)80%的股权。2018年，星期六以发行股份及支付现金购买了总估值20亿元的杭州遥望网络股份有限公司(下称“遥望网络”)。

频繁的收购为星期六带来了新主营业务的快速增长。数据显示，星期六的互联网广告业务营收比重从2017年的9.2%升至2021年的80.62%。相较之下，传统的服装鞋类占比逐渐下降，从2017年的90.48%下降至2021年的19.12%。

值得注意的是，收购的遥望网络成为了星期六的重要业务支撑。

遥望网络在被收购后也不负所望，于2019年和2020年实现净利润分别为2.11亿元和2.67亿元，不过受疫情影响，流量成本上升，2021年净利润降至6529.44万元。另据财报披露，2021年遥望网络全年成交订单量突破1亿单，实现直播电商GMV超100亿元，约为2020年同期的2.5倍。

对此，星期六表示，遥望网络业务2021年业务规模和营业收入增长较快，毛利率受市场竞争、公司经营策略和收入结构影响有所下降，同时遥望网络人力成本、场地租金等期间费用和研发费用增长导致净利润率下降。

“星期六从重资产转向轻资产模式，聚焦到互联网创业，目前来看，转型比较成功。但关键是企业今后能不能一直做大做强，并且转化成自己独特的竞争力，还要再继续观察。”徐雄俊称。