

38家央企“重装”亮相“中国品牌日” 实力讲述中国品牌故事

■本报记者 杜雨萌

5月10日,2023年中国品牌日活动在上海世博展览馆开幕。早上8点左右,展览馆外就聚集了大量等候入场的人群。一位正在排队的男士告诉《证券日报》记者,“听说今年的品牌日展会,有完全自主知识产权的第三代核电型号——‘国和一号’展出,我就是冲着它来的。”

自2017年国务院将每年5月10日设立为“中国品牌日”以来,中国品牌日活动迄今已连续举办7届。与以往稍显不同的是,今年的活动时长不仅延长至5天(5月10日至5月14日),展会规模亦扩至约6万平方米。

38家央企携“中国智造”亮相

5月10日、11日,《证券日报》记者前往上海世博展览馆探馆,馆内左手边即为央企展区。在该展区内,共有38家央企携“大国重器”独立参展。其中,具有完全自主知识产权的第三代核电型号——“国和一号”位于该展区入口处的第二个展位。

记者走进“国和一号”所属的国家电投展厅观察到,展厅正中间摆放着按照1:60比例缩小后的核电机组。据现场工作人员介绍,“国和一号”是我国十六个重大科技专项之一,是在引进消化吸收二代非能动压水堆核电技术的基础上,依托工程项目平台实践和国家大型先进压水堆核电站重大专项开发的、具有完全自主知识产权的大型先进非能动压水堆核电型号,是自主设计的中国核电技术品牌,也代表着当今世界三代核电技术的先进水平。

从技术到型号,从型号到品牌,提升的不只是性能、技术和质量,更是精神、格局和责任。

作为“国和一号”型号的总技术单位,国家电投上海核院相关负责人表示,在接受《证券日报》记者采访时表示,在国资委推动中央企业勇当现代产业链“链长”的背景下,国家电投依托上海核院发起创建了“国和一号”产业链联盟。该联盟涵盖了技术研发、工程设计、项目管理、设备制造、建设安装、调试运维、市场拓展等七大类别的全产业链。截至目前,共有会员单位61家,包括31家央企、8家地方国企、17家民营企业、2家事业单位以及3所高校。

不只是“国和一号”,在央企展区内,还有一个“大家伙”也吸引着参观人员的目光。

在国机集团展台的右侧,摆放着一台极具视觉冲击力的红色拖拉机。据中国一拖参展负责人刘庆领介绍,这台长约5.5米,宽约3.7米,高约3.33米的“东方红”LF2204无人驾驶拖拉机,是我国自主研发的首台无人驾驶

大马力拖拉机。“它没有驾驶室,是一台非常纯粹的无人驾驶拖拉机,且实现了百分之百的全部国产化。”刘庆领告诉记者,据田间作业数据统计,其100米直线距离误差不得超过±2.5厘米,有效地解决了精准农业作业中驾驶及农机农艺结合问题,大大提高了作业质量和效果。

刘庆领表示,未来这台“东方红”LF2204无人驾驶拖拉机将主要用于包括东北、新疆等地区的旱田作业。不仅安全性有很大的保障且能实现精准作业,从效率来说,相较于传统的人力驾驶,其作业效率至少提高20%以上。

在展馆内,记者还与蜂拥而至的参会观众一同来到由中铁十四局和铁建重工联合研发的国产最大直径盾构机“京华号”、国产最大直径土压平衡盾构机“锦绣号”两台盾构机模型前“打卡”。

其中,被网友誉为“最萌大国重器”的便是“锦绣号”盾构机,其刀盘涂装是熊猫形象,而“京华号”的盾构机刀盘涂装则为脸谱形象。另外,记者还在该展台外看到,墙壁上依次、有序地摆放着从最小直径0.72米,到最大直径16.07米的4行8列共计32个“mini”版盾构机刀盘涂装形象。

一位现场讲解人员告诉记者,目前,“京华号”盾构机正应用于国内最长城市盾构高速公路隧道——北京东六环入地改造工程西线隧道,沉降始终控制在3毫米内,创造了16米级超大直径盾构机单月最高掘进542米的月进尺新纪录。

此外,展馆内,还有中国航天带来的“中国空间站1:10模型”,中国中铁展出的“雪域先锋号”盾构机模拟驾驶舱,航空工业展示的歼-20(威龙)、FC-31(鹤鹰)等战斗机模型……

做好品牌建设 央企需“内外”兼修

当前,在国内外环境愈发深刻复

杂的背景下,做好品牌建设不仅是体现国家核心竞争力的有力名片,也是企业加快建设世界一流企业要打造的“金字招牌”。

2022年2月份,中央全面深化改革委员会第二十四次会议审议通过《关于加快建设世界一流企业的指导意见》,为加快建设产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业提供了行动纲领。同年11月份,国资委印发《关于开展中央企业品牌引领行动的通知》,组织实施中央企业品牌引领行动,并将其作为推动中央企业加快建设世界一流企业的“四个行动”之一。

今年以来,国资委更是多次强调,提高中央企业核心竞争力,关键要在科技、效率、人才、品牌四个方面下更大功夫。其中,在加强品牌管理方面提出,要实现中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变。

“世界一流企业必须要有世界一流品牌。卓越的品牌是支撑企业发展的软实力,是企业重要的无形资产,是企业提升竞争力、有效占领市场的重要武器。”阳光时代律师事务所合伙人、国企混改中心负责人朱昌明在接受《证券日报》记者采访时称,



杜雨萌/摄

尽管部分中央企业的品牌建设已有明显成效,但总的来说,目前央企品牌竞争力、国际影响力与世界一流企业相比仍有不小差距,国资央企的软实力还远远落后于中国产品的硬实力。

从今年1月份英国品牌评估咨询公司“品牌金融”发布的“2023年全球品牌价值500强”榜单来看,国资委监管的央企共21家上榜,较上年新增一家。

在朱昌明看来,国资央企作为国家高质量发展的主力军和参与全球品牌竞争与合作的“国家队”,未来要进一步明晰品牌定位,科学构建品牌架构体系,积极运用品牌管理先进理念方法,持续提高品牌管理运营能力。

“首先,产品卓越是品牌卓越的基础,这就要求中央企业继续加强内功并做出卓越产品,提升核心竞争力;其次,打造卓越品牌需要内外功,重视品牌战略,国资央企要会讲、讲好品牌故事,助力企业做大品牌;最后,国资央企要借鉴优秀跨国公司成熟经验,完善海外品牌建设体制机制,以优质服务‘走出去’,带动品牌‘走出去’。”朱昌明进一步表示。

年报问询创根问底 监管紧盯财务“大洗澡”

■本报记者 冯雨瑶 王镜茹

“是否存在以前年度计提不充分或通过调节减值计提金额进行不当盈余管理、财务‘大洗澡’的情形?”年报披露季落幕,近日密集下发的年报问询函中,这一问题被交易所重点关注。

同花顺iFinD数据显示,截至5月11日,年内已发布的逾100份年报问询函中,多份提及财务“大洗澡”,尤其谨防上市公司通过计提存货跌价准备和一次性计提商誉减值进行财务“大洗澡”。

“要警惕上市公司借疫情名义进行财务‘大洗澡’。”透视镜咨询创始人况玉清对《证券日报》记者表示,“2022年受疫情影响,很多上市公司业绩欠佳,部分公司会趁此‘躺平’,一次性大额计提,从而为之后年度业绩的释放留下较低的业绩基数,同时也把今后的商誉或资产减值风险提前排除掉,进而粉饰业绩。”

“请公司说明本报告期信用减值和资产减值发生迹象的时点,对比最近三年导致信用减值和资产减值主要因素的变化情况等,说明减值计提是否恰当,是否存在以前年度计提不充分或通过调节减值计提金额进行不当盈余管理、财务‘大洗澡’的情形。”5月10日晚间,有上市公司收到年报问询函。

这并非个例。5月8日,深交所对*ST爱迪下发年报问询函,要求公司补充说明2020年、2021年存货减值准备计提依据,2022年末计提的原因及合理性,并直问“是否存在利用存货减值准备进行财务‘大洗澡’、跨期调节利润的情形”。

数据显示,*ST爱迪2020年至2021年连续两年计提存货减值准备4.30亿元、8.7万元。2020年至2022年,*ST爱迪营收连续三年大幅下滑。其中,2020年至2021年下滑幅度分别为21.99%、44.40%,2022年下滑幅度进一步扩大至56.47%,且2022年同期公司净利润亏损7.08亿元。交易所

对此追问,公司是否具备持续经营能力。

此外,是否利用商誉减值进行财务“大洗澡”,也是监管紧盯的重点。

例如,某AI热门股日前被监管部门要求说明大额商誉减值准备(7.55亿元)的原因及合理性,并在此基础上说明公司是否存在通过一次性计提商誉进行财务“大洗澡”的情形。这已是该公司五年内第二次出现类似操作。

“计提商誉或存货跌价减值可以实现对利润的调节。”湖南金州律师事务所合伙人易旭律师告诉《证券日报》记者,具体来说,当一家上市公司计提商誉或存货跌价减值时,其减值额将被计入当期损益,从而减少当期净利润。这样一来,公司就可以通过减值调节其当期的利润表现。

况玉清表示,前期不计提或少计提,能够增加前期的利润,而若一次性集中计提,能够减轻后面持续计提的压力,为后续业绩释放留下空间。“不排除有公司利用计提操纵利润。”

或因计提减值操作,部分上市公司的净利润上演奇怪走势,如连续两年亏损,第三年突然大幅盈利;或呈现出一年亏损一年盈利的“规律性”盈亏。

例如,某上市公司自2019年以来净利润呈“规律性”盈亏,就令投资者深感疑惑。年报数据显示,2019年至2022年该公司的净利润分别为-16.54亿元、1.60亿元、-7.27亿元、0.85亿元。今年2月份,公司顺利“摘帽”,但4月份深交所便向其下发年报问询函,要求公司说明商誉、长期股权投资减值的具体测试过程、相关要求。

对此,易旭表示,“上市公司计提减值的情况应当真实、准确、全面地反映公司的财务状况和经营状况。如果公司过度计提减值或者虚增减值,可能会涉及欺诈等违法行为,从而引发严重的法律风险和声誉风险。”

海马汽车收年报问询函: 是否存在不当盈余管理 或“洗大澡”情形

■本报记者 李雯珊

5月11日晚间,海马汽车披露了深交所对其2022年年报下发的问询函,问询内容主要集中在公司经营业绩、相关资产计提大额减值是否合规、是否存在财务状况“洗大澡”情形。

海马汽车董秘刘锐在接受《证券日报》记者采访时表示,“公司经营是合规的,并不存在相关财务操作不合规的情况。深交所对公司年报相关状况进行问询,我们会按规定对监管部门的质疑进行回复。”

年报数据显示,海马汽车2022年营业收入约23.77亿元,同比增加34.87%;归属于上市公司股东的净利润亏损约15.74亿元。

分行业来看,海马汽车的汽车制造业务占总营收的比重为78.35%,毛利率为-2.44%;房地产开发业务占比为16.54%,毛利率为59.65%;其它业务占比为5.11%。此外,2022年海马汽车境内销量3120辆,同比下降85.32%,境外地区销量21272辆,同比增长157.53%。

对此,深交所要求海马汽车进一步说明2022年毛利率同比下降12.26%、境内外销量变动幅度较大且相背离的原因及合理性。

据悉,海马汽车2022年前五名客户合计销售金额18.9亿元,占年度销售总额的比例为79.5%,其中第一大客户销售额13.65亿元,占年度销售总额的比例为57.44%。对此,深交所要求公司说明第一大客户占比较高

的原因,是否存在大客户依赖的风险。

“海马汽车总体发展变好还需要时间,从公司2022年年报来看,利润主要来自房地产业务,汽车业务对公司的贡献度较低。”江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔向《证券日报》记者表示,此外,海马汽车本身也存在品牌知名度不高、企业规模小、研发投入不足的问题,没有抓住中国汽车市场爆发的发展期。

值得注意的是,根据年报,因研发项目停止导致研发设备、模具闲置,因业务缩减导致现有产能过剩,海马汽车对原已资本化的研发支出、固定资产、无形资产进行减值测试,当期计提研发支出减值准备4.2亿元,固定资产减值准备2.12亿元,合计8.15亿元,占当期净利润的51.75%。

对此,深交所要求海马汽车说明对相关资产计提大额减值是否符合《企业会计准则》规定,公司是否存在不当盈余管理或“洗大澡”的情形。

此外,根据年报,海马汽车在2022年递延所得税资产冲回3.69亿元,原因为“累计以前年度未弥补亏损较大,根据2023年至2027年发展规划测算,以前年度未弥补亏损未来税务利润仅能转回3.52亿元,无法完全弥补2022年末累计以前年度未弥补亏损”。

针对上述情况,深交所要求公司说明冲回递延所得税资产的依据是否充分、合理,持续经营能力是否存在重大不确定性。

数字货币指数年内涨幅逾21% 上市公司积极推进数字人民币相关业务

■本报记者 郭冀川

今年以来,数字人民币概念持续受到市场关注。截至5月11日,同花顺数字货币指数年内涨幅达21.57%。随着上市公司2022年年度报告基本披露完毕,金融系统服务商也晒出数字人民币业务最新成果。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇在接受《证券日报》记者采访时表示,数字人民币的发展将促进金融创新和技术创新,推动金融科技的发展,为数字经济提供更加丰富的金融服务,同时也将提升金融服务的效率和普惠性。

为金融科技带来创新应用

在多家金融系统服务商发布的2022年年度报告中,数字人民币已成为公司业务新增量。长亮科技在2022年年度报告中介绍,公司基于多年在银行核心系统与支付系统建设的积累,研发了合作银行数字人民币钱包产品,为合作银行互联到运营机构完成个人钱包和对公钱包的建设,完成数字人民币的兑出、兑回、消费等场景,适应未来数字人民币场景扩展,支持与多个运营机构互联。

广电运通在2022年年度报告中介绍,公司协助制定数字人民币相关标准,结合自身在银行IT领域的软硬件综合能力,能够为商业银行的数字人民币业务升级提供先发优势。该公司相关负责人对《证券日报》记者表示,数字人民币是中国数字经济时代的新基建,为金融科技带来创新应用,如通过智能合约实现支付定制化,让政策更精准,为数字化转型和智能化治理提供更为有效的支付支持;通过数字人民币红包发放和专项资金发放的能力,有利于精准促进消费、保障政策资金直达;数字人民币可提供更安全、可追溯的支付体系,在供应链金融、现金管理、交易管控应用等方向提供解决方案,保障资金安全和高效、合理、合法使用等。

巨丰投资首席投资顾问张翠霞对记者表示,数字人民币是支撑中国数字经济发展的金融基础设施,也是“十四五”规划的发展重点之一,因此数字人民币业务成为银行和金融服务领域上市公司积极参与的项目。随着货币无纸化进程加快,也意味着数字化金融即将到来,这对于许多行业都将产生积极的效应。

“金融系统服务商将面临业务的升级和变革,需要具有整合数字人民币、

数字银行卡和数字资产的服务能力,随着数字经济的发展,服务场景也从银行等金融领域,向数字商业、数字贸易领域延伸。基于未来商业零售无纸化和可穿戴设备数字支付的预期,市场将持续关注数字人民币概念题材和上市公司在该业务的进展。”张翠霞说。

无锡数字经济研究院执行院长吴琦认为,数字人民币作为数字基建和金融基础设施的重要组成部分,有利于提升消费便利水平和金融服务实体经济质效,助推数字经济发展和产业数字化转型。同时,数字人民币产业链较长,辐射面广,还将带动芯片、软件、信创等数字经济产业的发展。

业务试点持续深化

数字人民币概念题材受到市场关注,也源于今年数字人民币业务试点持续深化和应用场景的开拓。

5月9日,据北京银行官微消息,北京银行上海分行近日成功落地首笔基于数字人民币的国家核证自愿减排量(CCR)交易结算,实现了数字人民币在绿色低碳场景的突破。

近日,建行山东省分行济南泉城支行公布,成功为某绿贷普惠类科技企业

以数字人民币的形式发放了一笔贷款,落地全市首笔数字人民币科创金融贷款业务,进一步创新服务科创企业新模式。

各地政府也在今年相继推出具体方案,推动数字人民币试点应用落地。如5月9日江苏省人民政府官网披露,江苏省教育厅近日印发《江苏省教育领域数字人民币试点实施方案》,明确分阶段推进教育领域数字人民币试点。

中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平对记者表示,数字人民币及其支付模式带来货币形态、支付的变革,将引领生产场景、生活场景、政务场景的数字化转型,尤其是金融服务的数字化转型,成为数字经济、数字中国、数字社会的重要助推力量。

北京社科院研究员、中国人民大学智能社会治理研究中心研究员王鹏补充道,虽然数字人民币仍在试点布局阶段,但顶层设计已经明晰,各省市级运营机构积极对接,金融系统安全有序改造升级数字人民币企业软硬件系统。政府部门和金融行业企业分阶段开展应用场景建设,宣传推广数字人民币应用,推动交易规模提升,不断丰富数字贸易应用场。