

公司零距离·新经济新动能

山东钢铁：蓄力谋变 坚定高端化转型

本报记者 赵彬彬

今年以来，钢铁市场持续波动，总体呈现出高产量、高成本、高出口、低需求、低价格、低效益的“三高三低”局面。中钢协数据显示，上半年钢铁行业整体盈利处于近年来低谷，钢铁企业生存发展面临考验。

行业进入减量竞争时代，钢铁企业如何看待当前的行业下行周期？企业该如何谋变，从而实现逆势突围？近日，带着上述问题记者走进山东钢铁，以期得到答案。

“虽然当前面临很大困难和挑战，但公司保持稳健运营、加速扭亏增盈的信心很足。”山东钢铁党委书记、董事长解旗向《证券日报》记者表示，公司确立了“变革求生”的发展主题，迎难而上，破局开路，今年以来经营绩效逐月向好。

推进降本增效

当记者走进山东钢铁济南钢城生产基地，很远就看到一张巨幅广告牌，上面写着“变革求生”四个大字，这是山东钢铁今年定下的发展主题。而降本增效显然是这场变革的内容之一。

降本增效，不仅是一种常用的企业管理策略和方法，更是一场系统性变革。特别是在市场下行周期中，其甚至可能关系到企业的生存与发展。

解旗坦言：“今年以来，面对全行业长期震荡下行的严峻形势和极端复杂的困难挑战，山东钢铁充分借助中国宝武和宝钢股份在管理、技术、人才及资源等方面的优势，着力推进‘1+6+N’变革，强化算账经营、精益管理，强化协同支撑，推进‘集中一贯’管理和标准化作业，全力以赴应对严峻形势，稳住了企业发展的基本盘。”

据了解，山东钢铁在2024年初确立了吨钢降本80元的目标。围绕这一目标，公司建立了“公司、厂部、作业区”三级成本管控体系，全流程强化成本管控。同时，公司加大与中国宝武在资源、渠道等方面的协同力度，强化采购与生产的协同联动，实现保供降本。

“通过推进采购降本、工序降本、能源降本、合同降本等举措快速落地，公司完成了吨钢成本降低的目标。”山东钢铁党委副书记、总经理吕铭表示。

同时，山东钢铁全力以赴强化对标找差。公司构建了与先进企业的持续对标交流机制，例如，日照沿海



图①山东钢铁济南钢城基地厂区 图②炼钢炉前生产场景 图③山东钢铁5G智慧无人行车 公司供图

基地对标宝钢湛江基地、济南钢城基地对标马钢股份。不断探索提质增效新路径。

通过持续的对标找差、补差、缩差，山东钢铁经营效益得到有效提升。上半年，公司累计生铁成本和炼焦煤、煤吹煤、国内矿采购成本得到持续改善。

打造数字炼钢新模式

近年来，山东钢铁以科技创新为引领，充分利用5G、工业互联网、人工智能等先进技术，加速智能制造转型升级。一键炼钢、远程运维、工业机器人……传统钢铁产业与现代信息技术的深度融合，产生了巨大的“化学反应”。

走进山东钢铁济南钢城基地智慧炼钢集控中心，记者看到，一整面墙的大屏上清晰地展示着生产现场各个环节的画面和实时数据。炼钢工人也从炙热难耐的炼钢炉前转到智慧炼钢集控中心，通过电脑屏幕关注着生产的全流程。

山东钢铁炼钢厂相关负责人指着实时画面向《证券日报》记者介绍，公司的数字智能炼钢项目集成了一键式、集约化、数字孪生等前沿技术，构建了“设备自动化、人员高效化、管理信息化、决策智能化”的数字炼钢新模式。

“公司炼钢全流程采用自动化智能化，不仅实现了劳动效率和生产质

量双提升，还通过数字化手段，对采购、生产、销售、库存等各个环节进行实时监控和数据分析，为企业生产经营决策提供有力支持。”上述负责人说。

据悉，通过聚焦钢铁、钢轧、产销界面管理，山东钢铁建设了国内首套全流程数字孪生系统和全覆盖三维化点巡检系统，达到行业领先水平。

“下一步，山东钢铁还将继续深入拓展智能制造场景应用，通过智能化赋能，使传统钢铁焕发新的生命力。”吕铭表示，公司将加快推进数字化、网络化、智能化水平的提升，推动互联网、大数据、人工智能和传统产业的深度融合，数字料场、产线机器人、自动取样巡检机器人等一批智能化项目的投用，助力公司生产经营效率和效益的稳步提升。

致力于产品升级和创新

近年来，虽然我国钢铁消费量仍保持较高水平，但下游用钢行业的消费变化正在倒逼钢铁产业结构调整转型升级，促使钢铁工业发展由投资驱动、规模扩张向供给高端化转型。

在此背景下，钢铁企业纷纷向高端化迈进。山东钢铁也提出要通过“变革”来“转型”。

经过梳理，山东钢铁形成了“1+6+N”的变革方案。该方案中的关键

一项就是以“服务+产品”为统领。对此，公司提出，产品转型升级的方向就是走高端之路。

瞄准高端，进军高端。山东钢铁紧跟国家战略步伐，致力于产品升级和创新，在关键核心技术和产品研发方面不断实现新突破，多项产品实现国际、国内首发。例如，今年4月份，在新疆戈壁滩上，历经多次升级的山东钢铁拳头产品500兆帕级风电用钢成功支撑起全球首台500兆帕级风电塔架，刷新了全球塔架用钢板强度等级纪录。

据山钢研究院板带研究所所长麻衡介绍：“从355兆帕到420兆帕，再到500兆帕，山东钢铁风电塔架持续升级换代，成为风电用钢技术标准的全球领跑者。”

国家发展海洋战略和开发海洋资源，离不开船用高端钢材。山东钢铁研发了具有自主知识产权的超高强度海工钢板，让我国的风电安装船用上了国产高品质钢铁材料。此外，在川藏铁路、长沙机场磁浮、港珠澳大桥、北京大兴国际机场、北极亚马尔项目、摩洛哥化工基地、新西兰港口栈桥等国内外重点工程中，都有公司产品的身影。

山东钢铁表示，未来，将充分引入宝钢股份先进管理流程和应用实践，着力提升生产全流程智能化、数字化水平，在支持服务国家黄河流域生态保护和高质量发展中展现新时代国铁的钢铁担当。

万科上半年销售回款近1300亿元

本报记者 李昱丞

8月30日，万科A(以下简称“万科”或“公司”)披露的2024年半年度报告显示，公司报告期内实现营业收入1427.79亿元。其中，第二季度实现42亿元正向经营性现金流，经营性现金流净额较一季度明显改善。

同时，万科在上半年实现了多赛道REITs突破，一只商业REIT完成上市，物流、租赁住房REITs也已进入申报过程。三大主业能力持续提升，综合住区业务销售保持第一梯队，高质量交付7.4万套房子，物业服务及租赁住宅业务持续巩固行业头部优势，实现稳健增长。

财报显示，万科多项指标均指向关键词——安全。经营层面，公司上半年全力销售跑赢大市，实现超100%回款率，销售回款近1300亿元；1月份至7月份大宗交易签约204亿元，回款金额近百亿元。同时，伴随交付高峰过去，万科经营层面的支付压力正在下降，上半年交付总量同比下降30%。

从债务来看，万科持续降低存量债务，年内已无境外公开债。上半年，万科累计偿债524亿元，截至目前，已完成73亿元的境内公司债和中期票据、折合人民币约104亿元的境外债券的偿付，年内境外公开债已全部偿还完毕，年内境内公开债仅余1笔中期票20亿元。

在守牢流动性安全的同时，万科上半年在多赛道REITs实现突破，建立起行业新模式下的资产证券化通路。4月份，印力REIT上市，发行规模32.6亿元，同时万科保障性租赁住房REIT和物流仓储REIT也已进入申报进程。

此外，今年万科还成立了旗下首个商业Pre-REIT基金，此前设立的建方租赁Pre-REIT基金也实现了扩募。目前，公司已成为业内少数实现多业态、多层次不动产基金突破的企业，这将有助于其更好地盘活存量资产和现金流，实现资产的良性循环发展。

中国矿业大学(北京)管理学院硕士生导师李培元在接受《证券日报》记者采访时表示，万科这些举措不仅有助于其实现瘦身降负债的目标，还能够促进业务结构优化与战略转型，提升资产运营效率与财务健康度，助力建立新发展模式下的能力“护城河”。与此同时，公司持续提升投资、管理水平，主动投资项目整体兑现度达到87%，平均销售毛利率达18%。

综合住区开发业务方面，万科在上半年销售跑赢大市、高质量交付7.4万套住房的同时，通过适配城市发展的产品研发能力以及精准投资能力，助力建立新发展模式下的能力“护城河”。

此外，万科物业服务业务上半年实现营收176.3亿元，同比增长9.5%。住宅物业在巩固基本盘基础上，精准把握住宅小区日益增长的房屋维护和更新需求，重点提升设施翻新能力。

有市场分析认为，从短期看，守住安全依然是万科的首要任务。放眼长远，万科多赛道REITs突破、综合住区产品创新、物业服务探索增量市场机会、租赁业务发展模式突破等方面已取得积极进展，可见公司已在面向行业新阶段持续提升业务竞争力，为长远健康发展积极进行了能力准备。

深耕主业稳健经营 吉林敖东拟中期分红2.39亿元

本报记者 马宇薇

8月30日晚间，吉林敖东发布2024年半年度报告，公司报告期内实现营业收入14.12亿元，实现归属于上市公司股东的净利润5.37亿元。

吉林敖东同期公布的2024年半年度利润分配预案显示，拟以公司2024年度中期权益分派实施时股权登记日的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利2元(含税)，送红股0股(含税)，不以公积金转增股本。截至2024年6月30日，吉林敖东总股本为11.96亿股，以此计算合计拟派发现金红利2.39亿元(含税)，占2024年半年度合并口径归属于母公司股东净利润的44.5%。

资料显示，2023年度，吉林敖东实施了向全体股东每10股派发现金红利6.00元(含税)的利润分配方案，合计分红总额8.68亿元(含其他方式)，占2023年度公司合并口径归属于母公司股东净利润的59.43%，为其上市以来分红最高比例。据统计，截至2023年，吉林敖东已连续十六年实施现金分红，上市以来已累计现金分红41.53亿元(包含本次现金分红)。

吉林敖东相关负责人向《证券日报》记者表示，公司秉持长远与可持续发展理念，高度重视对投资者的合理

回馈，全面审视行业特性、成长阶段、运营模式、盈利状况、重大资金规划、信贷及融资环境等多因素，旨在平衡股东对投资回报的期望与公司未来成长需求。为此，公司构建了面向投资者的持续、稳健且科学的回报策略与体系，致力于提升分红制度的透明度，确保利润分配政策的稳定性和可持续性。

“吉林敖东多次分红及此次中期大手笔分红，是其实力与信心的直接体现。这不仅是对财务稳健的证明，更是对股东长期价值的坚定承诺。它传递了公司稳健增长、注重回报、信心满满的强烈信号，彰显了企业的责任与担当。”博星证券研究所所长兼首席投资顾问邢星在接受《证券日报》记者采访时表示，上市公司应聚焦主业，深耕细作，以业绩为基石的同时，秉持公平、透明的原则，积极合理回报投资者。

财报显示，2024年上半年公司中药产品业务实现销售收入8.73亿元，化学药品业务实现营业收入1.53亿元。“公司坚持‘医药+金融+大健康’多轮驱动发展模式，聚焦中医药优势，稳步推进医药全产业链发展。力争中药业务稳步增长的同时，实现化药业务企稳回升，在中药配方颗粒和大健康业务上形成业绩增量。”上述负责人表示。

9家啤酒上市公司上半年业绩分化 拓展高端啤酒市场已成行业新动向

本报记者 李春莲
见习记者 梁傲男

Choice数据显示，截至8月30日，啤酒板块(按申万行业分类，含A股和港股市场)的9家上市公司均已披露了2024年半年报。整体来看，9家公司报告期内合计实现营收885.84亿元，同比下降3.17%；净利润合计143.95亿元，同比上升3.01%。9家公司中，5家公司上半年实现了营收与净利润双增长。

“规模减少、利润提高或成啤酒企业发展常态。”千里智库首席、酒水行业研究者欧阳千里向《证券日报》记者表示，近年来，人均饮酒量、人均饮酒频次、降低，正在倒逼啤酒企业“既要保量，又要增利”，逐渐形成营收微减、利润上涨的局面。

知趣咨询总经理蔡学飞向《证券日报》记者表示，从半年报来看，啤酒企业正积极开展产品结构升级，进军高端啤酒市场。啤酒高端化是社会消费与企业发展的共同作用的结果，也带动了多家企业上半年的业绩增长。

5家企业营收净利双增

财报显示，重庆啤酒、燕京啤酒、珠江啤酒、惠泉啤酒、ST西发等5家公司上半年营收、净利润均实现同比增长，其分别实现营收88.61亿元、80.46亿元、29.86亿元、3.48亿元、1.93亿元，同比增长4.19%、5.52%、7.69%、0.33%、31%；实现净利润9.01亿元、

7.58亿元、5.19亿元、0.32亿元、0.1亿元，同比增长4.19%、47.54%、36.52%、41.56%、125.21%。

华润啤酒、青岛啤酒虽然上半年营收同比下降，但净利润则实现增长。其中，华润啤酒报告期营收237.44亿元，同比微降0.5%，净利润47.05亿元，同比增长1.2%；青岛啤酒营收200.68亿元，同比下降7.06%，净利润36.42亿元，同比增长6.31%。

在业绩发布会上，华润啤酒总裁赵春武向记者表示，今年第一季度总体形势不错，第二季度市场平稳。今年7月份至8月份国内雨带在发生变化，对各啤酒企业的影响也有所不同，但整体环境在好转，预计下半年啤酒市场的情况会有所好转。

此外，百威亚太2024年中报显示，公司报告期内实现收入33.99亿美元(约245.83亿元)，同比下滑4.3%；持有人应占溢利同比下滑5%。公司表示，今年以来，受广东、福建、浙江等地区持续降雨等因素影响，对公司业务产生负面影响。

值得一提的是，上述啤酒企业中，仅兰州黄河1家上半年陷入亏损，亏损额达819.97万元。兰州黄河表示，公司主要啤酒销售市场消费动能下降，消费者的消费意愿与能力疲弱，整体市场容量有所萎缩。公司虽开展了加大促销投入、加强渠道建设等多方面工作，但由于属地市场容量萎缩，竞争进一步加剧，叠加小众精酿啤酒品牌不断涌现，分流了部分特定消费群体，导致公司上半年产销量

较去年同期略有下降。

消费高端化、多元化

国家统计局数据显示，2024年上半年，国内规模以上啤酒生产企业啤酒产量为1908.8万千升，同比微降19.2万千升。从单月数据来看，自3月份开始连续四个月同比呈下降趋势，3月份至6月份的单月产量分别较去年同期下降6.5%、9.1%、4.5%和1.7%。

有啤酒企业在财报中表示，随着啤酒消费人口数量的下降和消费习惯与偏好的改变，国内啤酒产销量很难再有大规模增长。

据悉，多家啤酒企业已经意识到，单纯依赖市场规模的扩张已难以持续推动业绩增长，因此正在加速高端化探索以寻求突破口。

从高端啤酒销量及实现营收情况来看，上半年，华润啤酒中档及以上啤酒销量占比首次超过50%，次高档及以上啤酒销量较去年同期实现个位数增长，高档及以上产品销量同比增长10%以上；青岛啤酒中高档以上产品实现销量189.6万千升，带动公司每千升啤酒营业收入同比增长1%；重庆啤酒上半年高档啤酒营收为52.63亿元，为公司贡献了60%的收入；燕京啤酒中高档产品实现营业收入50.63亿元，同比增长10.61%；珠江啤酒高档产品实现营业收入同比增长17.19%。

华润啤酒董事会主席侯孝海向《证券日报》记者表示，上半年，尽管啤酒行业头部企业的销量出现微跌，但

各企业的高端产品销量依然保持正增长态势，充分证明即便在行业整体量减的背景下，高端化进程依然展现出强大的动力和韧性，其增长趋势并未受到根本性影响。

也有啤酒企业管理层表示，与其他国家和地区成熟啤酒消费市场相比，我国啤酒行业整体利润率仍然偏低。因此，各啤酒生产企业正在通过大力优化产品结构、不断提升中高端产品在营收中的占比来提升利润率水平。

武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青向《证券日报》记者表示，啤酒高端化一方面是不断提升高档产品的销量和品类，拓宽更多的消费场景。另一方面，经济型大众啤酒和主流产品的内部结构升级也是高端化重要的组成部分。

从生产端来看，多家啤酒企业正在加快高端化、数智化转型步伐。上半年，珠江啤酒推进柔性生产技术改造和升级，推进中山珠啤产能扩建项目、梅州珠啤新增瓶装纯生生产线及配套项目；青岛啤酒加快实施百万千升高端特色啤酒生产基地、青岛啤酒智慧产业园高端麦芽原料基地扩建、百万千升纯生啤酒扩建等项目建设。

在蔡学飞看来，酿酒产业整体正在朝着集约化与名酒化方向发展，啤酒也从价格导向的工业啤酒向着风格、口感为特色的精酿、原浆、白啤、黑啤等多元化方向发展，而且随着消费水平的不断提高，消费者对于高品质啤酒的需求也不断走强，都带动了啤酒行业的高端化发展。

方大特钢上半年调结构提品质 显现强劲经营韧性

8月30日，方大特钢发布2024年半年度报告。公告显示，公司2024年上半年实现营业收入127.52亿元，实现归属于上市公司股东净利润1.63亿元，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.22亿元，经营活动产生的现金流量净额同比增长36.77%。在钢铁行业严峻的市场形势下，公司吨钢材盈利水平在中国钢铁工业协会对标企业中持续排名前列，显现出强劲的经营韧性。

据国家统计局数据显示，2024年1月份—6月份，全国规模以上工业企业实现利润总额35110.3亿元，同比增长3.5%，其中黑色金属冶炼和压延加工业同比由盈转亏。尤其是钢铁行业，从“增量发展”阶段进入“存量优化”阶段，市场供需矛盾较为突出，市场供需矛盾较为突出，同时稳定江西省内钢材市场价格起到积极作用。2024年上半年，方大特钢“海鹰”牌建筑钢材省外投放量占比同比增长17.26%。

方大特钢相关负责人表示，在经济转型、钢铁能源产业结构调整的背景下，公司将以满足客户需求为牵引，以改革创新为动力，以结构调整为主线，牢牢把握上市公司高质量发展首要任务，系统提升企业可持续发展能力，奋力开创公司高质量发展新局面。

此外，一款与重庆瑞地联合开发的弹簧扁钢新产品，也即将应用在新能汽车上。据悉，今年方大特钢确立了44项科研项目，包括高性能弹簧扁钢研发、扁钢包装工艺技术研究、钢铁企业原料管理智能化应用的研究，以及为满足用户技术要求及使用要求实施的产品升级等。

(罗霞)

应用。此外，一款与重庆瑞地联合开发的弹簧扁钢新产品，也即将应用在新能汽车上。据悉，今年方大特钢确立了44项科研项目，包括高性能弹簧扁钢研发、扁钢包装工艺技术研究、钢铁企业原料管理智能化应用的研究，以及为满足用户技术要求及使用要求实施的产品升级等。

与此同时，面对企业所在地江西省内钢材市场呈现库存攀升与消费不佳现象，方大特钢在坚持省内市场做深、做透的同时，通过市场分析，选取地理位置、市场格局、出厂价格等方面都具有一定优势的省外新市场进行开拓，积极向新客户做企业产品宣传推介，并以过硬的品牌质量和良好的售后服务赢得省外客户信任，既实现钢材产品销

量增长，同时实现钢材产品销量的稳步提升。在江西省内，方大特钢“海鹰”牌建筑钢材省外投放量占比同比增长17.26%。

方大特钢相关负责人表示，在经济转型、钢铁能源产业结构调整的背景下，公司将以满足客户需求为牵引，以改革创新为动力，以结构调整为主线，牢牢把握上市公司高质量发展首要任务，系统提升企业可持续发展能力，奋力开创公司高质量发展新局面。

(罗霞)