

年报看点

决战高端第一年 华润啤酒净利增六成

首席执行官侯孝海称“3+3+3”战略目标或提前完成

本报记者 许洁

截至2020年12月31日,公司综合营业额为314.48亿元,股东应占综合溢利上升59.6%至20.94亿元。”这是华润啤酒交出的2020年年终答卷,与公司今年1月份发布的业绩正面盈利增长至少50%相比,多了近10%。

对于公司2020年的业绩表现,华润啤酒首席执行官侯孝海在业绩说明会上表示,“2020年是华润啤酒决战高端的第一年,这份成绩为公司完成2021年的目标打下了坚实的基础,同时公司战略目标里程碑将会缩短,有望提前完成。”

决战高端 首年业绩超预期

根据华润啤酒发布的2020年年报数据显示,在报告期内,公司实现综合营业额314.48亿元,按年减少5.2%,股东应占综合溢利20.94亿元,同比增长59.6%,未计利息及税前溢利上升42.3%至30.79亿元。董事会建议派发末期股息每股人民币0.131元(2019年每股人民币0.045元)。连同中期股息每股人民币0.128元,2020年度的派息总额为每股人民币0.259元(2019年每股人民币0.165元)。

值得一提的是,2020年突如其来的疫情给各个行业均带来挑战,而这一年是华润啤酒执行“3+3+3”战略的第二个3年规划的第一年,也是公司决战高端的第一年。

侯孝海在接受《证券日报》记者采访时表示,面对突如其来的疫情,公司选择了弯道超车,确定了“策略不变、目标不变、投入不减、



曾梦/制

资源集中”的方向,使得华润啤酒决战高端的策略加速,战略里程缩短。

在侯孝海看来,华润啤酒已完成“3+3+3”的企业发展战略的第一个三年。随着第二个三年的开启,华润啤酒通过“战高端、提质量、增效益”,积聚动能,乘势而上,坚定高端市场决定性的竞争优势,以实现“决战高端、质量发展”。

事实上,2020年,华润啤酒的保持了一个姿势,那就是向前冲。在疫情稳定后的三、四月份,侯孝海就带头走访一线市场,启动大客户模式来赋能渠道发展,并适时推出了喜力星银上市。另外,公司加

大市场推广投入,使得公司品牌获得了更多消费者的认知。

据了解,在2020年,华润啤酒开展了《这就是街舞3》《潮玩人类在哪里2》《风味人间2》等IP全链路营销和“喜力星银上市推广S计划”“苏尔泳池派对”等主题营销广告及促销活动大幅增加,使整体销售及分销费用较2019年上升3.3%。

在去年第二季度,公司推出高端产品“喜力星银”啤酒,配合2019年推出的“雪花马尔斯绿啤酒”和“黑狮白啤”两款高端新产品,进一步支持公司高端化发展及提升品牌形象。

华润啤酒在逆境中求发展,在

疫情暴发后展开多项销售措施,如组织决战高端大会战,大力帮扶渠道、渠道营销建设、采取修复产品价格等举措,逆势提升了华润啤酒的市场竞争地位。可以说,在不平凡的2020年,华润啤酒做到了不平凡,它不仅创造了“雪花速度”,同时,也在高端啤酒领域,创造了不俗的市场份额。

对于华润啤酒的表现,中国食品产业分析师朱丹蓬对《证券日报》记者表示,中国的啤酒行业进入了一个量跌价升的阶段,并进入了产品结构调整的红利期,华润与百威对比来看,华润啤酒的市场广度更宽,渠道深度和完整度要更胜一筹,这也是雪花业绩整体比百威

更加靓丽的重要原因。

高端持续发力 探索多元化布局

在产品端,华润啤酒执行的是“中国品牌+国际品牌”的4+4品牌矩阵,并且针对不同目标人群,提供对应产品及营销模式。2020年,公司次高档及以上产品销量达146万万千升,同比增长11.1%。

决战高端首年,华润啤酒交出了漂亮的答卷,而2021年前两个月,华润啤酒的表现让管理层更加自信。“今年整体市场表现我们充满憧憬,全年一定会有一个较好的表现。”侯孝海表示,华润啤酒今年头2个月的整体销量大致恢复至2019年同期水平,其中次高档及以上啤酒销量取得满意双位数增长。未来随着“勇闯天涯SuperX”和喜力持续爆发,以及纯生、马尔斯绿等产品放量,次档及以上销量有望保持较快增长,驱动整体结构升级。

侯孝海表示,未来华润啤酒还会继续探索品类的多元化发展,在制定“十四五”战略时,公司开始探讨并聚焦和优选有限多元化的产业和品类适当的进入,这些品类包括白酒、低酒精度的预调酒和果味酒。

在侯孝海看来,有限多元化可以让啤酒实现更多盈利,建立更强大的网络和培养更多的人才。

“选择有限多元化布局,还会对雪花啤酒目前的渠道网络产生重要的支持和聚合能力。一两个或三个有限多元化的品类对啤酒终端的管理和服务、对客户盈利模式的增加和经营品类的选择都有较大的支持和协同作用。”

基建带动西北水泥价格上行 祁连山去年实现净利14.37亿元

本报记者 刘欢

日前,祁连山发布了2020年年度报告,实现营业收入78.12亿元,同比增长12.70%;归属于上市公司股东的净利润14.37亿元,同比增长16.44%;经营现金流量净额为22.78亿元,同比增长12.86%。公司拟向全体股东每10股派发现金股利6.8元(含税),共计5.28亿元,分红占年度净利润的比率达36.73%。

对于业绩的增长,祁连山董事长脱利成在接受《证券日报》记者采访时表示:“报告期内,公司产品销量增加,售价上涨。同时,公司提升内部管理水平,成本费用同比略有下降。”

受西北基建带动 产品量价齐升

祁连山是西北地区最大的水泥生产企业,公司产品在公路、铁路、机

场等重点高端工程市场占主导地位。2020年,公司在甘肃市场占有率达46%,在青海市场占有率达26%。

年报显示,2020年,祁连山共销售水泥(含商品熟料)2378.97万吨,同比增长4.96%;产商砼160.33万方,同比增长5.62%,其中,水泥实现营收70.04亿元,同比增长16.40%。

浙江晓德律师事务所创始人、主任陈文明接受《证券日报》记者采访时表示:“祁连山市场主要集中在西北地区,受疫情影响较小;另一方面西北地区雨水、高温天气影响小,下游行业迅速复工复产,发展基建对水泥需求旺盛,需求导致价格攀升,从而使祁连山业绩表现靓丽。”

以甘肃为例,数据显示,2020年,甘肃省固定资产投资和房地产业投资增速均为7.8%,高于全国增速4.9个百分点和0.8个百分点。2020年,甘肃省水泥需求增速为5.5%,高于全国增速3.9个百分点。

基建需求旺盛带动水泥价格上

升。据甘肃省发改委消息,2020年,甘肃省水泥价格为368元/吨,与2019年价格相比,上涨7.29%。

水泥业务的稳步增长离不开祁连山构建的线上销售模式。2020年,公司依托祁连山水泥商城统一销售产品,98%以上水泥产品通过线上销售。

祁连山还在2020年推进“水泥+”发展战略,积极延伸产业链,大力发展商品混凝土和骨料业务。截至目前,公司拥有9个商品混凝土生产基地和3个骨料生产基地。2020年,商品混凝土和骨料的产量分别为166.33万吨和169.96万吨,较上年同期增长6.09万吨和139.86万吨,实现营收6.27亿元和3003.58万元,同比分别增长7.51%和185.53%。

重点发展水泥主业 西藏生产线即将投产

近年来,祁连山通过新建、并购等

方式在甘、青、藏区域进行战略布局。

脱利成在业绩说明会上介绍,公司控股的西藏中材祁连山水泥有限公司,其生产线规模为年产水泥熟料120万吨,目前项目主体工程已接近尾声,预计将于近期投产。此外,公司参股拉萨城投祁连山水泥有限公司,其生产规模为年产水泥熟料120万吨,该生产线已于2020年9月份投产,目前处于试生产阶段。

截至目前,祁连山形成了17大水泥生产基地,在役19条干法水泥熟料生产线。

谈及2021年的经营规划,脱利成告诉《证券日报》记者:“2021年,公司计划生产水泥2300万吨,熟料1843万吨,商品混凝土140万吨,骨料230万吨;销售水泥2379万吨,销售商品混凝土140万吨,销售骨料160万吨,实现营业收入77亿元。”

“未来公司将继续发展水泥主业,延伸水泥上下游产业链,不断增强、做大、做精水泥主业,进一步提升公司未来的盈利能力。”脱利成进一步表示。

需求带动水泥价格再次上涨。3月13日起,安徽、江苏等地一些主要厂家陆续通知上调低标水泥价格10元/吨-20元/吨,四川、甘肃、内蒙古等地水泥企业也上调水泥价格20元/吨-30元/吨。

“根据公司所在区域市场需求结合产能情况,以及周边市场对公司的影响判断,预计2021年公司产品价格同比基本持平。一季度产品销量、价格同比均有所增加,预计销量增幅在29%左右。”脱利成表示。

多家机构也表示看好西北水泥市场及祁连山2021年业绩表现,并对其进行“买入”评级。太平洋证券研报认为,“2021年地产投资仍有韧性,而基建项目建设周期较长,部分2020年新开工的重点工程将支撑未来2年-3年区域需求,同时当前价格基数仍维持高位,公司产能增量,2021年业绩望稳定增长。”

绿城中国储备货值超8065亿元 “健身起跑”迈向5年6400亿元版图

本报记者 王丽新

“房地产市场进入了顶点阶段,转入了相对稳定期,持续一段时间后整体规模会逐渐降低。预计2021年市场与去年是基本持平的,但市场内部结构会发生很大变化,比如向头部企业集中。”3月23日下午,在2020年业绩会上,绿城中国董事会主席张亚东向《证券日报》记者表示,如果今年17万亿元市场总额不变,绿城中国市场份额会加大,相信未来行业会良币驱逐劣币,有品牌和品质的企业市占率会更高。

根据财报显示,2020年,绿城中国(以下简称绿城)实现合约销售约2892亿元,同比增长约43%,完成2500亿元目标的116%;实现收入657.83亿元,同比增长6.8%;股东应占利润37.96亿元,同比增长53.1%;每股基本盈利1.05元,同比增长90.9%;拟每股分红0.35元,同比增长16.7%。

在对2020年业绩感到满意的同时,张亚东向《证券日报》记者透露,今年3100亿元合同销售目标是相对比较保守的,绿城有更好完成任务的家底儿。“我们不想指望仅仅是规模增长,希望规模增长带来结构性优

化,让绿城以后走得更好更远。”

张亚东指出,2021年是绿城的关键一年,此前的绿城处在康乐期,2019年-2021年这三年是健身期,未来三年则是起跑期。到2025年,绿城房地产开发主战场合同额目标是4500亿元,轻资产代建板块为1500亿元,“绿城+”探索第二曲线的新兴业务为400亿元,总体向6400亿元目标迈进。

多渠道新增货值达3288亿元

2020年,绿城坚守“区域聚焦,城市深耕”策略,坚守价值投资,积极扩充浙江战略大本营及环渤海等核心城市群多幅优质土储,于41座城市新增项目85个,总建筑面积2041万平方米,可售货值3288亿元,同比提升60%。

据绿城方面向《证券日报》记者表示,2020年公司通过收并购等非公开市场渠道拿地占比达40%,一、二线城市新增货值占比72%,长三角区域新增货值占比61%。新增货值中近15%实现当年销售转化,同比提升11个百分点。

“绿城确实加大了投资力度,年度拿地金额从2019年的第10位升

至2020年的第8位,远超中南、金科、阳光城等等规模房企。”同策研究院资深分析师肖云祥向《证券日报》记者表示,绿城在投资方式上采取招拍挂和收并购、城市更新为主的多元化拓展方式,较短时间内获得大量性价比较高的土地储备。

肖云祥进一步称,绿城主要集中在二、三线及强三、四线城市进行布局,以此降低投资风险。绿城坚持城市深耕策略,以浙江为大本营,向全国重点区域和市场进行布局,并在核心城市进行深耕,有助于未来销售规模的实现。

截至2020年12月31日,绿城土地储备总建筑面积5079万平方米,总可售货值8065亿元,其中权益建筑面积约2924万平方米,平均楼面价6562元/平方米,一、二线土储货值占比达73%。

“绿城在土地策略上,投拓平衡全年多渠道、高频率积极拿地,加快周转效率,优化供货节奏。”贝壳研究院高级分析师潘浩向《证券日报》记者如是表示。

对于22城集中出让土地政策,绿城执行董事、行政总裁郭佳峰表示,在资金安排和投资节奏方面有一定阶段性影响,除了这22个城市,绿

城也会考虑布局其他城市,拓宽收并购等多元化土地投拓渠道同时,加上公司融资成本较低,因此影响不大。

未来两三年降为“绿档”

据贝壳研究院统计,依照“三道红线”融资新规,绿城剔除预收款后的资产负债率为71%,较上年同期下降约8个百分点但仍超出阈值;净负债率为63.8%,较上年同期微增0.6个百分点且维持在合理水平;非受限现金短债比为2.52,较上年同期大幅提升约1.68至达标。此外,总借贷加权平均利息成本4.9%,较2019年下降40个基点。

潘浩表示,绿城2020年“三道红线”一线超出阈值,位列“黄档”房企行列,较2019年改善明显,尤其新战投新湖中宝的加入,优化了财务结构,使其成功实现降档。

“三道红线”政策与绿城发展理念一致。“绿城执行董事及执行总裁耿志强向《证券日报》记者表示,绿城正通过多种手段优化债务结构,主动控制负债规模之外,提升内源性现金流的回流能力,合理铺排投资计划,通过体制机制的完善,在保证品质前提下提升运营效率,再

着手有效控制成本支出。

“去年底针对金融机构也出了‘两道红线’(分档设定房地产贷款占比上限以及个人住房贷款占比上限),‘五道红线’之下,行业资源会向头部房企倾斜,得益于绿城的稳健财务盘面和大股东中交集团的信用背书,绿城与各大银行都有总对总的合作关系,去年底没有使用的授信额度是1250多亿元,在债券市场上获批没有发行的额度有560多亿元,足以保证各项资金顺利到位。”耿志强表示,绿城一直寻求在满足有品质发展和保证各项偿债指标合理两者之间的平衡,在这方面一直有一个财务模型,总体目标是未来2年-3年进入“绿档”。

“总体而言,绿城已在三个层面取得战略性突破。”潘浩表示,其一,成功分拆旗下绿城管理于港交所成功上市,成为“中国代建第一股”,借助资本力量加快轻资产板块的规模增长和利润提升。其二,成功引入战略投资者新湖中宝,进一步优化混合所有制企业模式,优势互补,增强企业实力。其三,以七大新兴业务赋能主业,搭建第二增长曲线。从而真正做到风险预控保发展,助力实现绿城“2025战略规划”。

ST金花多次延期后回复问询 上交所随即下发监管函

本报记者 殷高峰

3月22日晚间,经历了4个多月多次延期回复的ST金花,终于对上交所关于公司股东权益变动事项的问询函进行了回复。

公告显示,邢博越及其一致行动人持股比例已达22.33%,为公司第一大股东,但其仍称不会主动谋求公司控制权,邢博越方及金花投资控股集团有限公司(以下简称“金花投资”)均认为,ST金花实际控制人仍为吴一坚。对于这一回复,上交所立刻对公司下发了监管工作函。

法律界人士在接受《证券日报》记者采访时表示,监管部门在公司回复后就下发监管函,意味着监管部门对公司的回复可能并不满意。

多次延期终于回复

此次问询函事件可以回溯到2020年11月份。2020年11月3日,ST金花发布公告称,2020年9月28日至2020年11月2日,公司股东邢博越及其一致行动人通过二级市场集合竞价方式增持公司股份3726504股。增持后,邢博越及其一致行动人合计持有公司股份72229201股,占公司股份比例19.35%,成为公司第一大股东。

但是,公司在公告中声称,并未导致公司实际控制人发生变化。公告发出后当天,上交所向公司下发问询函。

2020年11月10日公司首次延期回复问询函,公司表示,问询函中涉及的相关问题尚需进一步核实和完善。而在当日晚间,公司公告收到了股东邢博越增持通知,2020年11月3日至2020年11月10日,邢博越及其一致行动人通过二级市场集合竞价方式增持公司股份3758184股,占公司总股本1.00%。

值得注意的是,ST金花一再延期回复问询函期间,邢博越及其一致行动人不断增持,截至2021年3月17日,邢博越及其一致行动人持股比例达到22.33%,而金花投资持股占比19.14%。

金花投资在回复函公告中表示,2019年以来,我公司资金流动性紧张,发生了占用上市公司资金的情况,同时以上市公司股票4345万股质押融资已经逾期。为化解债务危机,公司实际控制人、董事长吴一坚与西部投资集团有限公司实控人邢雅江协商,向其借款归还占用的上市公司资金,同时协调邢雅江之子邢博越以竞拍方式取得金花投资被质押的4345万股股票。根据协商,在2020年6月份换届选举时,由邢雅江方推荐4名董事(包括2名独立董事及由1名董事出任上市公司董事长、2名代表人)、1名监事、1名财务副总监,但以金花投资的名义进行提名。

金花投资称,鉴于邢博越之父邢雅江与公司实际控制人、董事长吴一坚的协商安排及邢博越信息披露中做出的承诺,其无意谋求上市公司控制权,无意引发上市公司控制权的纷争。上市公司董事会、监事会成员由公司邢雅江协商一致,以我公司决定并由公司名义向股东大会提名,董事会、股东大会审议事项均根据金花公司章程审议通过作出决议。基于以上原因,上市公司控股股东及实际控制人仍为我公司及吴一坚。

公司实际控制人存疑?

尽管ST金花对问询函进行了回复,但在3月22日晚间,上交所立即对公司发出了监管函。要求公司及控股股东应当自查是否存在信息披露违规情况;要求邢博越及其一致行动人在后续减持公司股份时严格遵守相关法律法规;要求公司及相关部门确保公司提名及选任的合规性,当选董事应当勤勉尽责;要求公司核实是否存在关联方直接或间接非经营性占用上市公司资金、未履行程序、对外担保等行为。上交所要求公司收到监管函后立即对外披露。

“从目前的情况看,监管部门对公司的回复应该是不满意的。”锦天城律师事务所高级合伙人蔡方旭在接受《证券日报》记者采访时表示,这就意味着,公司对于问询函的问题或许存在回复不完整、不清楚等问题,公司回复的相关问题仍需要进一步核实。

“根据最新的监管规则,上市公司应当根据股权结构、董事和高级管理人员的提名任免,以及其他内部治理情况,客观、审慎地认定控制权归属。”北京市天元(西安)律师事务所栗镜朝律师在接受《证券日报》记者采访时表示,目前,ST金花的第一大股东为邢博越,持股比例为22.33%,而金花投资作为第二大股东持股比例为19.14%。“根据回复公告,董事会7个席位中,邢博越推荐4名,虽然金花投资一再强调该4名董事仅由邢博越推荐,最终由其提名并提交股东大会选举产生,但我个人认为无法得出董事全部由金花投资提名,并且金花股份可以决定全部董事成员任免的结论。至于当时为何不由邢博越直接提名,原因不得而知,可能是因为董事、监事的提名权对股东持股比例有一定要求,邢博越当时不满足提名董事或监事的条件。”

“另外,金花投资持有ST金花的19.14%股份,已全部被质押及冻结,后续存在被强制平仓或司法拍卖的风险,有可能导致金花投资的持股比例进一步减少。”栗镜朝称。

在栗镜朝看来,仅依据类似于原实际控制人未主动放弃上市公司控制权的计划和安排,第一大股东没有实际控制上市公司的意图和主观理由,而不考虑ST金花的客观现状,该公司的回复很难使监管机构及投资者满意。

“在发布回复公告的当日,上交所又对ST金花发出监管函,要求ST金花继续核实邢博越和金花投资是否存在其他应披露未披露的协议安排或者对上市公司控制权的其他安排,确保董事的提名和选任合规。”栗镜朝认为,上交所对ST金花关于实际控制人的认定仍然存在疑。