

# 五粮液百亿元现金分红创历史新高 今年一季度营收净利增幅均超20%

■本报记者 许洁

4月28日,五粮液交出了2020年年度及2021年一季度成绩单,营收均实现了两位数增长,为公司的“十三五”画上圆满句号。自2016年以来,五粮液已连续五年营收实现两位数增长,也是唯一连续21个季度营业收入实现两位数增长的上市白酒公司。在给予股东投资回报方面,五粮液此次现金分红超百亿元,彰显了龙头企业的实力与担当。

## 去年营收净利实现两位数增长

2020年的各个行业都遇到了不同的困难,如何渡过难关,考验的是企业的综合实力。作为国内白酒行业龙头企业之一,五粮液用数据书写了公司的综合实力。

具体来看,五粮液去年实现营业收入573.21亿元,同比增长14.37%;归属上市公司股东的净利润199.55亿元,同比增长14.67%。基本每股收益为5.141元。仅从营收数据来看,这也是五粮液自2016年以来,已经连续五年营收实现两位数增长。

分季度看,2020年二季度,五粮液实现营收105.29亿元,成为年内营收最低季度,而二季度本身也是白酒的淡季。在三季度和四季度,五粮液分别实现了117.25亿元和148.28亿元的营收。

另外,在524.34亿元酒类产品的营收中,五粮液产品(第八代五粮液)带来的收入是440.6亿元,而系列酒产品(五粮春、五粮醇、五粮特曲、尖庄)实现收入为83.73亿元。

从产量与库存量来看,2020年,五粮液产品产量为25952吨,同比增长0.23%,销售量为28139吨,同比增长5.28%;库存量2733吨,同比下降44.45%。

事实上,在过去的2020年,五粮液不断优化产品结构,盈利能力持续提升,酒类产品的毛利率实现了连续提升。在2020年,五粮液酒类产品毛利率达到80.28%,公司不仅完成了年初制定的两位数增长的目标,同时,各个指标均实现了同比增长。



据《证券日报》记者了解,五粮液产品价格持续走强,市场价格站上1000元以上,渠道经销商利润得到不断提升,公司的经营业绩和利润保持了高速增长态势。另外,公司的品牌价值在中国品牌500强中达到第19位,市值突破1万亿元,与2019年相比实现翻倍的增长。

对于五粮液2020年的整体表现,五粮液在年报中表示,2020年是极不平凡的一年。公司一手抓疫情防控、一手抓复工复产,聚焦全年发展目标不动摇,持续实施“补短板、拉长板、升级新动能”工作方针,实现了疫情防控和企业发展双胜利,实现了“十三五”圆满收官。

在国海证券分析师孙山看来,五粮液近几年多措并举,对品牌、产品、价格、渠道等进行改革和完善,效果显著,市场认可度较高,公司“十三五”顺利收官,“十四五”是公司布局新一轮高质量发展的窗口期和战略机遇期。

## 一季度业绩开门红

据五粮液2021年第一季度业绩报告数据显示,报告期内,公司实现营业收入243.25亿元,同比增长20.19%;实现归属上市公司股东的净利润93.24亿元,同比增长21.02%。

从季度表现来看,截至2021年一季度,五粮液成为唯一一家连续21个季度营业收入实现两位数增长的上市白酒公司。而20%以上的业绩增值率也为“十四五”开了一个好局。

事实上,五粮液自2017年开启“二次创业”新征程以来,从治理、产品、渠道多着手,成效显著。第八代五粮液、经典五粮液、小五粮等产品的推出,在各个价位带都有了很好的支撑。另外,五粮液还加快营销数字化转型,导入控盘分利模式,市场气氛越来越好。此外公司着力打造数字酒证等,培育老酒市场,提升五粮液品牌价值。“传统经销一团一数字酒证”的渠道蓄水逐渐打通,渠道利润增厚,开启正向循环。

基于业绩的良好表现,公司股东数量也在不断增加。五粮液在一季度报告中披露,截至2021年3月31日公司股东户数为42.16万户,较上期(2020年12月31日)增加6.8万户,增幅达19.23%,五粮液股东户数高于行业平均水平。

对于五粮液的表现,知趣咨询经理、酒类营销专家蔡飞在接受《证券日报》记者采访时表示,五粮液的优异表现符合中国名酒化进程,也是中国品质升级的行业体现,并且21个季度的两位数增长,说明五粮液本身品牌价值得到市场长期追捧,也说明中国白酒行业头部酒企势能进一步增强,中国白酒集中度进一步提升。

在蔡飞看来,五粮液等全国性名酒,既有品牌历史,又有产区概念,又是品类代表,并且全国范围内拥有成熟的分销渠道,以及广大的消费基数。可以说,五粮液的未来发展是良性的,并且在品牌与品质时代将会迎来更多的发展空间。

发展空间。

## 百亿元分红创历史新高

市值突破万亿元的五粮液,一直是券商分析师眼中的“香饽饽”。针对五粮液的整体表现,券商分析师们纷纷给予五粮液“买入”评级。五粮液在股东投资回报方面,公司的分红力度也不小。

五粮液在2020年年报中披露了利润分配方案,拟每10股派25.8元(含税),现金分红总额为100.15亿元,分红比例为50.19%。五粮液分红金额首次突破100亿元,创上市以来最高分红金额。

统计显示,五粮液自1998年上市以来,公司累计现金分红达396亿元,而其上市以来募集资金仅为38.14亿元,分红总额为募集资金总额的10倍。而近五年来,公司累计现金分红266亿元,位列深交所上市公司分红总额第四名,也是近五年累计现金分红最多的深市白酒上市公司。

对于五粮液未来发展,民生证券分析师于杰认为,应重点关注五粮液在品牌建设及团购业务两大方向上的举措。于杰表示,五粮液业绩增长的根本驱动力是过硬的产品品质与强大的品牌力,公司计划在品牌宣传方面形成“空地”结合的组合拳,重视一线员工的品牌认可与讲好五粮液故事的能力,同时在产品端通过布局超高端价格带的经典五粮液系列产品,持续提升品牌形象。

而五粮液团购业务是批价管控、厂商命运共同体搭建和公司长期发展的奠基石,公司多次强调传统渠道不增量,加码团购业务的战略决定,在团购业务开展过程中公司将持续改善渠道利润以形成厂商命运共同体,与企业团购客户建立长期关系也有利于产品价格管控,超高端产品的消费者培育和导入工作,更可以通过与大企业客户开展业务往来强化品牌形象,助力长期发展。

事实上,2020年,五粮液的直销模式实现了140.15%的增长,虽然在整个营收比重中直销的量还不是很大,但释放了一个积极的信号,五粮液加大团购业务的战略已初显成效。

## 深交所投教专栏

### 新手村攻略:债券初印象(下)

#### 1.什么是债券的价格?

债券价格分为发行价格和交易价格。债券的发行价格可能不等于债券面值。当债券发行价格高于面值时,称为溢价发行;当债券发行价格低于面值时,称为折价发行;当债券发行价格等于面值时,称为平价发行。债券的交易价格是投资者在二级市场转让债券的成交价。有的债券成交不活跃,一些机构投资者通常用第三方估值,例如中央国债登记结算公司、中证指数公司的债券估值来计量债券价值。

#### 2.什么是债券收益率?

债券收益率可分为当期收益率、到期收益率、持有期收益率、提前赎回收益率等。

当期收益率:当期收益率是债券的年息除以债券当前的市场价格所计算出的收益率,不考虑债券投资所获得的资本利得或是损失,只衡量债券某一期间所获得的现金收入相对于债券价格的比率。

到期收益率:到期收益率是使投资购买债券获得的未来现金流现值等于债券当前市价的贴现率,相当于投资者按照当前市场价格购买并且一直持有至到期时可获得年平均收益率。

持有期收益率:指投资者持有债券期间的利息收入加上买卖价差占债券买入价格的比率。

#### 3.什么是债券的久期?

债券久期是用债券未来每一期现金流的折现值除以债券现价作为权重,分别乘以每一期现金流距现在的时间,然后相加得到的收回债券现金流的加权平均剩余期限。久期的经济学意义是用来衡量债券价格对收益率微小变动的敏感程度。久期越长,收益率微小变动导致债券价格变动幅度越大。

#### 4.什么是信用评级?

信用评级分为主体信用评级和债券信用评级两种。主体信用评级是以企业或经济主体为对象进行的信用评级。债券信用评级是以企业或经济主体发行

的有价债券为对象进行的信用评级。信用评级是对债券发行主体及其所发行债券按期还本付息的可靠程度进行评估,并标示其信用等级的等级。

根据央行制定的《信贷市场和银行间债券市场信用评级规范》,分长期债券评级和短期债券评级。长期债券评级分为三等九级,从高到低分别为AAA、AA、A、BBB、BB、B、CCC、CC、C。除AAA级、CCC级(含)以下等级外,每一个信用等级可用“+”、“-”符号进行微调,表示略高或略低于;短期债券信用等级划分为四等六级,从高到低符号表示分别为:A-1、A-2、A-3、B、C、D,每一个信用等级均不进行微调。

#### 5.如何看待债券信用评级?

一般来说,在其他条件相同的情况下,信用等级越低,债券风险越大。但应注意到,信用评级只是对债券未来偿付概率的预测,信用等级会随着发债主体偿债意愿和增信措施有效性的变化而动态调整,并非一成不变的。具体到某一债券而言,高评级的债券也有可能发生违约,低评级的债券也有可能不违约。固然评级是标识债券风险的一把尺子,但不宜完全依赖评级来判断债券风险。

#### 6.什么是付息债权登记日?

付息债权登记日:付息债券每次付息时需要进行债权登记,一般每次付息日的前一个交易日为债权登记日,债权登记日日终前卖出的债券持有者不享有本期利息。

#### 7.投资债券的收益如何缴纳税收?

国债和国家发行的金融债券利息免纳个人所得税。2012年及以后年度发行的地方政府债券利息免纳个人所得税。此外,个人投资者无论是在一级发行市场还是在二级市场购买企业债券,持有到期后取得的利息收入均应按20%的个人所得税,税款由兑付利息的机构负责代扣代缴。个人投资者持有的企业债券在债券到期前转让的,根据《个人所得税法》的有关规定,转让产生的价差收入,应按“财产转让所得”应税项目缴纳20%的个人所得税。

本版主编 沈明 责编 杨萌 制作 曹秉琛 E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785

# 提质增效 推进高质量发展 ——天地源2020年报亮点解读

2020年对于房地产行业而言是特殊的一年,连续且严厉的调控政策下,房地产行业的发展节奏逐渐趋稳,开始追求高质量增长和多元化转型。

4月28日,天地源2020年报正式发布。年报显示,天地源注重平衡企业发展规模、效益和风险,经受住房地产行业限购、融资政策不断收紧等复杂宏观环境带来的考验,全年实现年度销售新签、回款双过百亿,销售收入53.04亿元,净资产(归属母公司所有者权益)39.13亿元,总资产达339.55亿元。

## 亮点一: 稳健经营 业绩实现双百亿

据年报数据显示,2020年天地源各项核心业绩指标保持稳健增长,全年实现新签合同109.41亿元,同比增长40.16%,较2018年实现翻番;实现回款105.65亿元,同比增长40.21%;新开工面积121.44万平方米,竣工面积58.98万平方米,为公司后期经营发展和业绩释放奠定了良好基础。

值得一提的是,2020年天地源实现归属股东的净利润3.29亿元,其中现金分红1.31亿元,折合报表中归属股东净利润的比率39.95%,同比提高9.95个百分点,坚定了投资者持股决心。

资本运营方面,天地源在强调规模稳健增长的同时,注重提升效益、防范风险。年报显示,2020年,天地源成立两级投资管理公司,发展地产基金业务,全年实现融资到账62.29亿元,逐步构建多元化、多渠道的融资体系,以应对房地产行业自降金融杠杆的政策调控趋势,加强资金安全保障。

## 亮点二: 区域深耕 增强企业发展后劲

作为本土上市房企,深耕西安大本营是天地源的重要市场战略,而随着六大经济圈布局力度的提速,其区域协同发展成效初步显现,这一点在年报中得以印证。

2020年,天地源在西安市场上推售的大都会、万熙天地房源全部售罄,悦熙广场Loft产品销售业绩跻身西安前十,蘭樾坊全年新签22.59亿元,实现量价齐升。优异的市场表现,让天

地源再度回归西安销售榜单TOP10,并在陕西本土房企销售榜位列第二,成功获评“2020上半年度西安房地产市场地位领先企业”。

此外,2020年,天地源通过招拍挂获取了常熟金兰雅苑、珠海高新区、重庆九龙坡3个项目,共114.69亩。2021年,公司计划预储备552亩土地资源,区域发展布局持续优化,推动天地源稳步发展。

## 亮点三: 强化管理 提升精细化运营效率

进入“存量时代”,房企要想在市场竞争中谋得突破,既要顺应行业要求的自我革新,更要潜心打造企业核心竞争力。据年报显示,2020年天地源通过打造“高质+高效”的运营管理体系,促使其管理效能转化为经营优势。

针对土地资源获取和项目运营环节,天地源制定《招拍挂类项目投资测算模型》和《项目运营计划管理办法》,为公司投资决策提供了更客观科学的依据,同时指导项目开工、开盘、现金流回正等关键节点;修订《公司章程》等制度,推进公司治理和决策机制完善、落地实施;制定区域公司《组织管理手册》、《授权管理手册》,形成科学规范的制度体系;以《品牌标准使用手册》和《品牌工作管理办法》指导品牌工作,提升公司市场认知度和品牌影响力。

值得关注的是,在房企围绕“美好生活”进行品牌构建的行业背景下,天地源围绕“文化地产引领者,美好生活运营商”战略定位,狠抓产品和服务品质提升,相继获评“2020中国房地产品牌价值TOP50”和“2020中国房地产住宅开发专业领先品牌价值TOP10——文化地产”,业主满意度得分连续三年上升。

## 亮点四: 强基增效 靶向发力“十四五”

进入“十四五”时期,天地源发布经营简报称,2021年公司保持稳健经营,第一季度实现合同销售金额16.24亿元,同比增长63.07%;实现合同销售面积10.05万平方米,同比增长40.84%。据中国指数研究院数据显



示,天地源上榜“2021年1-3月西安房企销售业绩排行榜TOP10”。

天地源提出,“十四五”发展时期,公司将以稳健成长、规模突破为导向,以多元布局、持续发展为手段,以文化产品服务构建美好生活场景,构建“1+4+3+X”业务体系和形成“1+3+N”发展格局,强化投资发力、产品精进、运营提升、资产经营、资本运作五项关键举措,以党建引领、组织优化、人才保障、数字化转型、品牌建设、风险管控为支撑体系,持续深化“文化地产引领者,美好生活运营商”战略定位,为公司强基增效、稳健发展奠定坚实基础,也为城市高质量发展承担应有之责。

(CIS)

## ▲ 西安天地源·蘭樾坊备受关注

## ▶ 天地源标准化施工管理现场

