

万科2022年实现净利润226.18亿元 拟派发现金股息80.63亿元

■本报记者 李昱丞

3月30日晚间,万科交出2022年业绩答卷。财报显示,2022年万科实现营收5038.38亿元,同比增长11.27%;实现归母净利润226.18亿元,同比增长0.42%。

分红方面,万科保持了30%以上的股利支付率。公司拟合计派发现金股息80.63亿元,股利支付率达到了35.65%,连续第31年现金分红。

万科在致股东信中表示,2022年行业形势严峻性超出了公司在年初的预计,公司以确保安全为首要目标,尽力改善经营管理质量,交出了一张来之不易的答卷,未来还需加倍努力。

经营服务业务显韧性

2022年在房地产市场下行压力下,房企规模普遍缩水,销售情况低迷,据第三方研究机构统计,百强房企累计销售金额同比下降41.6%。

年报显示,2022年万科开发业务全年实现合同销售面积2630万平方米,合同销售金额4169.7亿元,结算面积3401.4万平方米,同比增长9.1%,结算收入4444.0亿元,同比增长10.5%。

“万科下半年业绩的回暖离不开其积极的战略调整。”诸葛数据研究中心高级分析师关雪在接受《证券日报》记者采访时表示,去年下半年市场政策端持续释放利好信号,改善性需求逐步释放,高能级热点城市楼市活跃度相对较高,万科凭借布局热点城市等优势实现业绩回暖。

面对外部环境冲击、地产行业下行等影响,万科的经营服务业务拿出了更有韧性的表现,去年全口径收入达到512.6亿元,同比增长23.1%。

以物业服务为例,2022年万科旗下物业服务板块万物云在联交所上市。万物云近日公布的业绩报告显示,2022年公司实现营业收入301.06亿元,同比增长27.0%。其中住宅物业服务收入148.11亿元,同比增长30.3%,实现毛利14.59亿元,同比增长15.3%;商业物业及设施设备管理业务收入75.45亿元,同比增长42.7%,实现毛利9.17亿元,同比增长26.4%。

万物云对万科的依赖程度也有所降低。万物云董事长朱保全在业绩会上透露,万物云67.7%的合同已经跟万科没有关系。

财务状况健康

在市场低迷的情况下,万科在投资方面较为谨慎。2022年万科全年权益地价总金额约为496.4亿元,与此前几年拿地金额有较大差距。

万科首席运营官、执行副总裁刘肖此前在2023年第一次临时股东大会上透露,公司在建以及还处于规划中的土地建筑面积约有1.2亿平方米,在手资源能够满足未来两到三年的发展,投资强度或投资节奏看起来可相对从容

2022年万科实现营收5038.38亿元,同比增长11.27%

实现归母净利润226.18亿元,同比增长0.42%

公司拟合计派发现金股息80.63亿元,股利支付率达到了35.65%,连续第31年现金分红

到35.65%,连续第31年现金分红



一点。

“万科去年在土地投拓上趋于谨慎和保守,实际上是从自身现金流健康和企业财务稳健性的角度综合考量的结果,也与万科对行业走势与市场回暖可能性的判断有关。”IPG中国首席经济学家柏文喜对《证券日报》记者表示。

在资产负债表方面,万科保持了一贯的健康财务状况和抗风险

能力。根据年报,截至2022年底,万科继续保持“三道红线”中的“绿档”要求,经营性现金流连续14年为正,净负债率仅43.7%,处于行业低位,持有货币资金1372.1亿元,对于短期债务的覆盖倍数为2.1倍。

在展望2023年工作时,万科将保障经营安全作为第一重点。万科表示,公司将维持行业领先的信

用评级,保持融资弹性,持续优化债务结构,探索股权融资机会,助力业务良性发展。

去年年底以来,万科在融资方面颇有动作。3月9日,万科完成3亿股H股配售,成功融得39.15亿港元。而在A股,万科抛出定增预案,拟募资不超过150亿元,为“第三支箭”出台后房企最大融资案。

碧桂园2022年实现营收超4303亿元 未来三到五年主旋律仍是“行稳致远”

■本报记者 袁传玺

3月30日,碧桂园发布2022年业绩报告,报告期内公司实现营业收入4303.7亿元,权益合同销售金额约3574.7亿元,权益合同销售面积4450万平方米;权益回款金额约3324.8亿元,权益销售回款率为93%。

碧桂园董事会主席杨惠妍在当日的业绩沟通会上表示,房地产行业仍是支柱性行业,公司接下来三到五年的主要战略仍是行稳致远。“围绕资产负债表、现金流量表做好管理。同时围绕市场,包括竞争对手和客户,做好我们战略的优化。”

公司土储资源丰富

2022年受疫情及市场下行影响,房企销售普遍面临巨大压力。克而瑞研究报告显示,2022

年行业TOP100房企全年累计业绩规模同比降低41.6%,多数规模房企深陷负增长困局。在这样的行业背景下,作为龙头房企的碧桂园依然展现了极强的韧性,权益合同销售金额与权益合同销售面积仍处于行业领先水平,同比跌幅好于行业整体跌幅。

碧桂园方面也表示,虽然市场形势艰难,但公司按时按质保证产品数量庞大的交付,全力兑现对业主的承诺,全年累计交付房屋近70万套,稳居行业第一且大幅领先同行。

年报同时显示,2022年碧桂园分别在佛山、张家口、兰州等地获取低溢价率的土地,截至期末已获取权益可售资源约9555亿元,土储资源丰富,能够对公司未来业绩形成有力支撑。

谈及地产主业接下来三到五年的“主旋律”,杨惠妍依然强调“行稳致远”。从市场布局上来说,

碧桂园原本土地储备主要分布在三四线城市,但在当日的沟通会上,杨惠妍透露,未来碧桂园土储和产品将变成一二线城市和三四线城市之间五五开的模式。

“该表述信号意义很大,说明当前房企在城市投资策略方面有了重大的调整。从这个角度看,当前土地市场形成了重要共识,即拿地倾向于高能级城市。对于五五开的模式,也客观上说明类似碧桂园之类的企业在不断研究新一轮土地市场和城市房地产发展的机会。这意味着后续一二线城市土地投资市场尤其是高能级城市可能会有一波土地交易热。”易居研究院研究总监严跃进表示。

此外,杨惠妍还表示,碧桂园接下来要打造两个核心竞争力,一是产品力,二是成本力。

在产品力方面,杨惠妍称,过去市场认为碧桂园在三四线城市渗透力较强,公司希望用接下来三

到五年的时间,打造在一二线城市的产品竞争力。在成本力方面,接下来将在运营端、生产端还有公司的精益管理上做更多动作,在不降低产品和服务质量的前提下保持更好的竞争力。

净负债率创十年来最低

从此次披露的年报看,2022年碧桂园持续修复资产负债结构,降杠杆成效显著。

截至2022年12月31日,碧桂园总借贷余额下降至2713.1亿元,同比下降14.7%;剔除预收账款的资产负债率降至69.4%;净负债率进一步下降至40%,相比上年年底优化5.4个百分点,创下十年来最低值。

在债务结构优化的同时,公司的财务指标也保持稳健。截至2022年底,碧桂园的现金余额约1475.5亿元,与中期基本持平,现

金短债比维持在1.6倍左右,维持在行业较优水平,可充分覆盖年内到期的债务。公司现金回款率保持在93%,连续7年超90%,经营性净现金流为356.2亿元。

2022年,在政府监管部门支持下,公司合计发行公司债、中票、ABS、可转债等直接融资产品近百亿元,完成3次股权融资共获得约115亿港元,并获得超过10家银行支持3000亿元的意向性综合授信支持。此次年报亦显示,公司综合融资成本保持平稳,其中境内融资成本从2019年底开始持续下降,至2022年末累计下降119个基点,财务优势显著。

此外,2023年碧桂园在境内发行本金总额为200亿元的中期票据获准注册,成为春节后获批储架式注册发行的首家房企,也是获批规模最大的民营房企之一。近期,其186亿元公司债的发行计划亦获上交所受理。

处置非核心资产回笼现金近300亿元 复星国际“瘦身健体”有进有退

■本报记者 王丽新

3月29日晚间,复星国际(以下简称“复星”)披露了2022年年报,报告显示,报告期内公司实现营业收入1753.9亿元,同比增长8.7%;实现归母净利润5.4亿元,2021年同期则为100.8亿元。关于归母净利润大幅下滑的原因,复星在公告中表示,疫情反复多发及国际资本市场震荡下行,导致企业成本端高企及二级资本市场投资浮亏增加。

关于未来发展战略,复星国际董事长郭广昌表示,公司“瘦身健体”有进有退,而且有标准。“要把精力、资金聚焦到复星更具优势、其他企业做不了的行业上。在全球运营、创新研发、东方美学产品方面持续加大投入,‘瘦身健体’的

最终目标还是发展。”

腾退资产回笼现金

过去一年,复星的债务问题一度受到外界质疑。

“2022年复星财务层面的工作重点在于持续缩减债务规模,加强流动性管理,优化债务结构,提升资产负债的管理能力。”复星国际执行总裁、CFO龚平表示,从2020年开始,集团就启动了对非战略性、非核心资产的退出。2022年加大了资产退出和现金回笼力度,集团层面签约口径超400亿元,回笼现金近300亿元。

据记者了解,2022年复星的资产退出动作颇大,包括系统性处置钢铁板块资产,转让永安保险部分股权,沽清或大幅减持青岛啤酒、招金矿业、中山公用等。

在加大非战略性、非核心资产退出力度的同时,复星也在融资端持续努力。2022年集团层面完成8.75亿美元及16.6亿元人民币的银团贷款,完成了102亿元等值人民币的境内债券发行及转售,并提前兑付境外数个到期债券。此外,集团和旗下子公司与全世界超过100家中外资银行建立了合作关系,拓宽融资渠道。

通过上述一系列动作,复星交出了一份较为合格的抗风险答卷。截至2022年底,复星国际现金、银行结余及定期存款达1005.6亿元;总债务占总资本比率为53.2%,较2022年中期下降3.6个百分点;平均债务成本为4.7%。

“面对去年复杂多变的宏观环境和市场环境,复星仍旧保持高水平的资产质量。我们进一步加大了轻资产业务拓展力度,同时在重资产业务

方面展开战略合作,整体在探索一种‘增轻重’的模式。”龚平向《证券日报》记者表示。

全球布局进入第三阶段

在国际业务中,截至2022年末,按单一市场年收入超过人民币1亿元统计,复星业务覆盖超过35个国家和地区,上一年这项数据为30个。2022年海外收入占总收入的44%,达到了774亿元人民币,同比增长14%。

对此,复星管理层认为,从2022年起,复星的全球化布局进入第三个阶段:全球组织+本地运营。推动复星全球产业生态具备跨地域、跨文化、跨组织的运营能力,为复星产业升级提升和拓展提供了新动力。“未来,复星支持所有产业进一步走出舒适区,积极拓宽发展边界。”龚平向

《证券日报》记者表示,发展的核心依然是围绕健康、快乐、富足的家庭消费生态。

“未来复星要保持战略定力,利用自身优势,深耕具有全球竞争力的核心业务。”复星国际联席CEO陈启宇认为,未来复星业务的一大特点,就是全球业务能力、全球运营能力、全球价值的挖掘。复星要通过科创驱动显著提升核心业务产品的竞争力,特别是在医药、消费等领域要加大科创投入。

“过去一年,尽管全球市场存在较大不确定性,但复星各个板块业务仍然稳健发展。”复星国际联席CEO徐晓亮表示。

在郭广昌看来,“2023年集团各个业务全面恢复,对2023年和以后的发展充满信心,业绩应该会回到正常的轨道上。”

2022年广汽集团 汇总口径营收超5100亿元 斥巨资布局能源生态领域

■本报记者 李雯珊

3月30日,广汽集团发布2022年业绩报告,公司汇总口径共实现营业收入5146.05亿元,同比增长19.74%;实现归属于上市公司股东的净利润80.68亿元,同比增长10%。全年累计生产汽车248万辆,销售汽车243.4万辆,同比分别增长16%和13.5%。

“产量、产值、营收、利润均超额完成此前定下的2022年年度挑战目标。面向未来,广汽集团将通过发力5大增量、夯实7大板块、落实8大行动,力争2030年实现产销超475万辆、营收1万亿元、利税1千亿元的目标;作为万亿级广汽蓝图奠基之年,2023年广汽集团将挑战汽车产销同比增长10%的目标。”广汽集团董事长曾庆洪在业绩交流会上向《证券日报》记者表示。

根据年报,2022年广汽集团汽车产销量均超240万辆,分别实现两位数增长。广汽集团的产销量类型主要分为自主品牌与合资品牌,自主品牌方面,广汽传祺全年产销达36.25万辆,同比增长11.8%;广汽埃安全年累计产销量超27万辆,同比增长逾125.7%。合资品牌方面,广汽本田全年累计产销量74万辆;广汽丰田全年累计产销量超100万辆,同比增长21.4%。

“自主品牌事业发展顺利,产品结构更加健康。广汽传祺和广汽埃安全年合计产销量超63万辆,创造了历史最好成绩,其中新能源汽车占总销量的比重超43%。广汽集团的规划是到2025年,实现产销量超350万辆,营收超6000亿元。”广汽集团总经理冯兴亚向记者表示。

数据显示,2022年广汽集团产销规模跃升至行业第四名,在国内市场占有率进一步提升至约9.1%。

据了解,广汽集团将在能源及能源生态领域加大投入,建立“锂矿+基础锂电原料生产+电池生产+储能及充换电服务+电池租赁+电池回收及利用”纵向一体化的新能源产业链布局,进一步完善动力电池上下游产业链布局,降低产业链成本,实现新能源产业链整体自主可控。

2022年以来,广汽集团布局能源生态动作频频,先是耗资近50亿元拟构建充换储能生态圈,投资21.6亿元实现电驱自产,其后投资逾百亿元设立自主电池项目,总投资36.9亿元建设电池生产基地项目等,并积极布局上游矿产资源。

“能源生态布局是万亿级广汽蓝图新的重要增长点,当下动力电池的成本在电动车成本中占比较高,促使车企向上游原料端投资,实现向产业链的前端延伸。广汽集团将围绕补链强链,着力打造‘能源科技生态载体’、‘产业链生态载体’、‘产业集群生态载体’三大载体,抢占智能新能源汽车高地。”曾庆洪在业绩发布会上向记者表示。

“广汽集团是国内产业链最为完整的汽车集团之一,公司拥有研发、整车、零部件、商贸服务、金融、出行业务,构建了完整的汽车产业链闭环,自主与合资品牌齐发力。同时,公司销量迎来拐点,带动业绩企稳回升,能源生态产业链布局不断完善,助力实现二次腾飞。”方正证券分析师段迎晨认为。

海底捞去年实现扭亏为盈 今年将审慎开店

■本报记者 王君

3月30日晚间,海底捞国际控股有限公司(以下简称“海底捞”)发布2022年全年业绩公告,截至2022年12月31日,海底捞来自持续经营业务及已终止经营业务的年度收入约为347.41亿元,净利润约13.73亿元,实现扭亏。其中,来自持续经营业务的收入约为310.39亿元,利润约为16.37亿元。

对于扭亏为盈,海底捞方面称,主要是因为“啄木鸟计划”的实施,使餐厅运营效率提高。“啄木鸟计划”实际上是海底捞对门店数量的调整计划。此前,海底捞在疫情背景下逆势扩张,但是却出现“增收不增利”的情况。为了纠正此前错判形势盲目开店带来的负面影响,2021年11月份,海底捞宣布开启“啄木鸟计划”,关停部分门店。

在“啄木鸟计划”的推进过程中,海底捞对于门店管理体系进行了持续打磨,不断优化门店运营管理层级,明确了各级别工作内容、工作目标、考核标准和奖惩机制。推广“低底薪、高分红”的薪酬激励模式,将店长与集团整体的经营利益高效绑定,这在一定程度上提升海底捞门店管理效能。

和弘咨询CEO王志宏对《证券日报》记者表示,在疫情大环境影响下,海底捞能实现盈利16亿元,除了通过“啄木鸟计划”关停业绩不佳门店外,还与海底捞及时调整内部组织架构有关。

2022年大中华区海底捞餐厅的整体翻台率为3.0次/天,同店翻台率为3.1次/天。基于整体经营情况,2022年下半年海底捞启动“硬骨头计划”,重开了过往关停的部分餐厅,全年共计新开24家海底捞餐厅,同时有48家曾关停的餐厅恢复营业,并关闭了50家经营表现不佳的餐厅。截至2022年12月31日,海底捞在中国大陆地区经营1349家海底捞餐厅,在港澳地区经营22家海底捞餐厅。

“在经历过快速扩张、关停亏损门店后,海底捞业绩已经开始恢复。”前宅食送CEO、餐饮老板内参副总编辑杨杨对《证券日报》记者表示,海底捞在门店选址上具有科学性,随着市场逐步复苏,盈利对海底捞而言不是难题。

海底捞在财报中称,2023年会继续保持审慎的开店策略,并继续实施“啄木鸟计划”,找准问题门店,攻克“硬骨头”门店。同时,公司内部将持续组织架构改革和提升门店运营效率。