

成都楼市全面取消限购 影响几何？

■本报记者 舒娅疆 见习记者 陈潇

4月28日，成都楼市传出重磅消息。成都市住房和城乡建设局官网发布《关于进一步优化房地产市场平稳健康发展政策措施的通知》（以下简称《通知》）宣布，成都市范围内住房交易不再审核购房资格。即全市范围内住房交易不再审核户籍、社保等购房条件，不再限制购买套数。

在贝壳研究院成都分院资深分析师吴倩雯看来，目前，多个二线城市已全面取消限购。限制性政策放开有利于满足多样化居住需求，进一步巩固楼市修复节奏，增强购房者信心。

数据显示，成都市自2016年实施限

购。在全面解除限购的同时，成都也在其他政策方面也有相应的调整。具体来看，成都商品住房项目不再实施公证摇号选房，由企业自主销售。对社会关注度较高的热点项目，鼓励企业采取公证摇号选房销售。

《通知》还提出，推广首层架空层用于公共服务空间设置，提高住宅阳台等半开敞空间比例，推动郊区（市）县开发低密度、高品质住宅产品，进一步加大高品质住宅供给。

在房企政策支持方面，《通知》提出，推动城市房地产融资协调机制走深走实，一视同仁满足不同所有制房地产企业合理融资需求。

值得一提的是，4月28日，成都住房

公积金管理中心发布《关于提高多子女家庭首套住房公积金最高贷款额度的通知》显示，符合住房公积金贷款条件的多子女家庭，在成都购买首套住房的，双缴存人家庭最高贷款额度从80万元调整为90万元，单缴存人家庭最高贷款额度从40万元调整为50万元。在吴倩雯看来，这也意味着给予多子女家庭更高贷款额度，从而减轻其购房负担，支持鼓励生育。

“从成都楼市情况来看，本次取消限购的影响范围较大，购房资格门槛消失。住房限购政策的放开，一方面有利于新市民加速扎根成都；另一方面，有利于加速刚需库存去化，尤其在二手房市场，卖旧买新的链条有望得到更好修

复，为新房市场注入活力。”吴倩雯表示。

广东省住房政策研究中心首席研究员李宇嘉对《证券日报》记者表示，适当减少用地供应，意味着成都开始去库存，不仅是新房去库存，而且是通过暂停部分区域供地，根据土地来减少广义库存。

中指研究院四川公司方面向《证券日报》记者表示，新政涉及“市场+保障”住房供应体系建设、经营性建设用地供应管理机制、商业办公用房市场良性循环、支持房地产融资需求、车位住宅同步销售、公证摇号取消、限购资格全面放开、高品质住宅建设等诸多维度，政策力度大，覆盖范围广，将有效促进成都房地产市场平稳健康发展，更好地满足群众多元化住房需求。

年报被“非标”内控被出具否定意见 聆达股份4月30日起“戴帽”

■本报记者 李勇

历经两次延期后，聆达股份4月27日正式披露2023年年度报告。去年，公司实现营业收入8.39亿元，同比下降47.49%，归属于上市公司股东的净利润亏损进一步扩大至2.62亿元，这已是聆达股份连续第四年出现亏损。

因同时触及多项风险警示适用情形，聆达股份股票自4月30日起将被实施其他风险警示，股票简称将由聆达股份变更为“ST聆达”。

收入下滑业绩持续亏损

光伏电池产能大规模释放引发的激烈竞争以及行业技术工艺的快速迭代，正给新晋光伏电池企业聆达股份带来巨大的经营压力。

聆达股份当前主营太阳能电池业务和光伏发电业务两大块，其中太阳能电池业务占比较大。最近两年，公司的太阳能电池业务在营业收入中的占比都超过了95%。

“随着光伏产业链各环节产能的不断释放，行业内竞争博弈加剧，2023年产业链价格整体呈波动下行态势。”新热点财富创始人李鹏岩在接受《证券日报》记者采访时表示，光伏电池正加速从P型向N型过渡，PERC电池技术相对滞后，不利于激烈的市场竞争。产业链价格波动也进一步压缩了PERC电池的生存空间。

年报显示，受代工比例较大以及产品销售价格同比下降等因素影响，2023年，聆达股份太阳能电池业务实现收入8.03亿元，同比下降近五成，进而也导致公司营业收入总体出现较大幅度下降。

聆达股份在年报中称，受制于光伏产业链价格整体波动下行态势，且2023年第四季度电池片产品价格快速下跌，公司主营业务盈利能力承压。同时，产品价格快速下行带来的存货减值损失，对第四季度业绩产生较大负面影响。

触及多项风险警示情形

因预付款项的商业合理性、工程承包的真实性和收取定金的商业实质、定期存单的商业合理性、其他应收款可收回性等相关问题，审计机构对聆达股份2023年财报出具带“与持续经营相关的重大不确定性”段落的保留意见的审计报告。因在多方面的内部控制上存在重大缺陷，审计机构还对聆达股份出具否定意见的《内部控制鉴证报告》。

“通过有效的内部控制，上市公司能够更好地识别、评估和管理风险，从而降低公司运营过程中的不确定性。”河南泽楷律师事务所主任付建在接受《证券日报》记者采访时表示，内控报告被出具否定意见，说明公司内部控制存在重大缺陷。

浙大城市学院文化创意研究所所长林先平认为，公司年报被出具带有“与持续经营相关的重大不确定性”段落保留意见的审计意见，通常意味着审计师认为公司存在与持续经营相关的重大不确定性，可能影响

公司的未来发展。

此外，聆达股份实施太阳能电池业务的重要子公司金寨嘉悦新能源科技有限公司（以下简称“金寨嘉悦”）的PERC太阳能电池片产线自今年3月14日起已临时停产，预计无法在三个月内恢复。加上公司近年的连续亏损，聆达股份同时触及“最近一年被出具无法表示意见或否定意见的内部控制审计报告或鉴证报告”“最近三个会计年度扣除非经常性损益前后净利润孰低者为负值，且最近一年审计报告显示公司持续经营能力存在不确定性”以及“生产经营受到严重影响且预计在三个月以内不能恢复正常”三项实施其他风险警示的情形，公司股票4月29日将停牌1天，4月30日起被实施其他风险警示。

负债率攀升多个账户冻结

公开信息显示，金寨嘉悦曾规划了三期光伏电池开发计划。其中，一期3.5GW采用PERC+SE技术，目前正在停产；二期5GW的TOPCon电池产线，仍在建设；三期规划已取消。

聆达股份还曾计划建设铜陵高效光伏电池片项目，后鉴于宏观环境和市场变化，该项目也已终止。此次金寨嘉悦PERC产线的停产，也意味着聆达股份营业收入中占比最大的光伏电池业务，目前已基本停摆。

聆达股份同日披露的2024年一季度报显示，连续停产的影响已经显现。今年前三个月，公司实现营业收入2839.95万元，同比下降86.91%，归属于上市公司股东的净利润亏损4285.90万元。

看懂经济平台产业观察家洪仕斌认为，太阳能电池项目在公司中体量较大，停产对公司整体的收入和利润都将带来负面影响。

聆达股份当前财务状况也不容乐观。截至今年3月末，公司货币资金已由年初的6700.85万元下降到3806.62万元，一年内到期的流动负债1.03亿元，公司的资产负债率攀升到了79.12%。

此外，聆达股份年报中披露的资产负债表日后事项显示，目前，公司及子公司资金被冻结的银行账户共20个，占公司及控股子公司基本账户和一般户总数的57.14%。申请冻结保全金额3364.32万元，实际冻结保全金额117.10万元。

林先平认为，账户冻结会影响日常经营和资金流动，还可能引发法律纠纷和调查，进而影响公司的声誉和业务开展。

有不愿具名的光伏界人士认为，无论是当前停产的PERC产线未来可能需要进行的升级改造，还是二期产线的继续建设，都需要资金的投入。而当前聆达股份货币资金余额快速下降，加上多个账户被冻结，无疑给公司的运营发展带来巨大挑战。

就电池项目停产、二期电池项目建设进展以及资金受限等相关问题，《证券日报》记者日前也曾以投资者身份致电聆达股份，公司相关工作人员在电话中均回复称：“关注后续的公告。”

温氏股份2024年一季度大幅减亏

■本报记者 丁蓉

4月28日晚间，温氏股份发布2023年年报。公司2023年实现营业收入899.02亿元，同比增长7.4%；归属于上市公司股东的净利润亏损63.90亿元；经营活动产生的现金流量净额75.94亿元。

同日，温氏股份还披露2024年一季度报。公司一季度实现营业收入218.42亿元，同比增长9.37%；归属于上市公司股东的净利润亏损12.36亿元，同比大幅减亏；经营活动产生的现金流量净额22.59亿元。

当前，畜禽养殖行情仍较低迷，稳健的资本储备成为生猪养殖企业穿越周期的重要底牌之一。温氏股份相关负责人向《证券日报》记者表示：“一直以来，公司以稳健经营为首要原则，做好资金管控，防范资金风险。”

温氏股份以肉鸡、肉猪养殖为主业。在肉猪养殖方面，过去几年，温氏股份肉猪出栏量不断提升。2022年出栏1791万头，2023年出栏2626万头。2024年，温氏股份制定的肉猪（含毛猪和鲜品）销售目标为3000万头至3300万头，欲成为国内第二家超3000万头销售规模的养猪企业。降低养殖成本是温氏股份2023年的主要工作之一，促进养殖成本继

续下降也纳入公司2024年工作计划。据悉，温氏股份今年2月份肉猪养殖综合成本约7.8元/斤，较1月份下降。

在肉鸡养殖方面，温氏2023年共销售肉鸡（含毛鸡、鲜品和熟食）11.83亿只，远超行业第二名全年销售4.57亿只的立华股份，是行业当之无愧的龙头企业。温氏股份计划2024年肉鸡（含毛鸡、鲜品和熟食）销售目标为同比增长5%至10%，进一步巩固养鸡规模优势。在毛鸡成本方面，温氏股份今年2月份毛鸡出栏完全成本保持在6.5元/斤，行业优势明显。

近期，市场供需关系加快改善，生猪价格连续多周回升，养殖亏损减轻。对于后期猪价走势，4月19日，农业农村部市场与信息化司司长雷刘功表示：“今年二季度生猪市场供需关系将进一步改善，生猪养殖可能实现扭亏为盈。”

中国企业资本联盟副理事长柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示：“今年生猪养殖行业将会是一个供给持续收缩的过程。产能加速向头部企业集中的趋势，在本轮周期中进一步显现。具有规模优势的企业将占据更多市场份额。随着市场供需关系改善，叠加养殖成本下降，生猪养殖利润有望提升。”

葡萄酒上市公司2023年业绩出炉：头部酒企稳中有升 “竞合共生”做大行业“蛋糕”

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

截至4月28日，A股5家葡萄酒上市公司2023年业绩全部揭晓，合计实现营业收入60.39亿元，同比增长9.92%；归属于上市公司股东的净利润合计2.67亿元，同比增长144.06%。

观察上述财报可见，葡萄酒上市公司的盈利能力分化明显。2023年，仅两家上市公司实现盈利，*ST莫高、ST通葡、威龙股份3家酒企均有不同程度亏损。

张裕A稳居行业第一

就营收和净利润规模而言，张裕A均遥遥领先其余4家葡萄酒上市公司。2023年，张裕A实现营业收入43.85亿元，同比增长11.89%；归属于上市公司股东的净利润达5.32亿元，同比增长24.20%。

张裕A在年报中提到，2023年葡萄酒市场总体需求依然低迷，加之白酒和啤酒等强势酒类挤压，市场竞争十分激烈，部分葡萄酒企业经营陷入困境，公司通过聚焦大单品等战略和圈层营销、宴席推广等模式，最终完成

了年初制定的42亿元的营收目标。

中信尼雅去年营收为2.12亿元，归属于上市公司股东的净利润约0.04亿元，净利润同比扭亏。公司表示，营收增长主要是成品酒收入大幅增加所致。

此外，*ST莫高、ST通葡、威龙股份3家酒企2023年分别亏损0.41亿元、0.73亿元、1.55亿元。多家葡萄酒企业在年报中提及，当前葡萄酒行业正处于成长阶段，但近年来受国内经济增速放缓及替代品激烈竞争等多重因素影响，市场竞争愈发激烈。国内葡萄酒消费量持续减少，导致众多葡萄酒生产经营企业陷入亏损困境，甚至有部分企业已被市场淘汰。

从企业数量来看，国家统计局数据显示，2023年国内葡萄酒规模以上企业的数量为104家，比2022年的119家又减少了15家，相比于2017年高峰时的244家减少了57%。

国家统计局及海关总署发布的数据显示，2023年中国葡萄酒产量由2022年的21.4万千升下降至14.3万千升，同比下降33.18%，且国内葡萄酒产量连续十年呈下降趋势。进口表现同样低迷，葡萄酒进口量由2022年

的33.7万千升下降至2023年的24.96

万千升，同比下降25.93%。

白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞对《证券日报》记者表示，国内众多葡萄酒品牌面临着价值偏低、产品溢价能力不足、结构升级困难等问题，且低端市场的固有认知难以改变。当前酒类消费正向品质化升级，国产葡萄酒亟待通过新的模式与思路进行创新，同时需耐心专注于提升品质与价值本身，从长远角度思考问题，实现可持续发展。

“竞合”之下做大行业“蛋糕”

国外葡萄酒对手的“返场”或与国内葡萄酒企业形成更强竞争。3月28日，中国商务部发布公告称，自次日起，针对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒所实施的“双反”措施正式终止。

有葡萄酒企业管理层对《证券日报》记者表示，终止“双反”措施对中国葡萄酒市场具有积极推动作用。此举将使消费者有机会接触到更多不同风格和价格段的葡萄酒，从而有助于市场的进一步壮大和多元化发展，形成

“竞合共生”的局面。

“越多的品牌和选手下场，越有可能推动中国葡萄酒市场‘蛋糕’做大。”张裕A总经理孙健对《证券日报》记者表示，当前，国产葡萄酒在质量提升方面已取得了长足进步，未来更应加大力度，让消费者认可其品质与价值。

武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青对《证券日报》记者表示，国产葡萄酒需要龙头企业发挥其引领作用，注重长期市场培育和消费场景的构建。若国产葡萄酒想重新赢得消费者的信任，就必须让消费者真切地感受到其在品质上的显著提升。

在孙健看来，国内葡萄酒市场正经历调整期，短期环境不算友好但依然看好长期发展。消费群体、风味偏好及销售渠道均发生变化，国产与进口葡萄酒厂家需求灵活适应，关键在谁能更快提升品质与服务，赢得消费者喜爱。

在刚刚过去的2023年，中国葡萄酒行业迎来了近十年来的首次行业数据回升。中国酒业协会数据显示，2023年全国葡萄酒行业累计完成的销售收入同比增长4.8%；累计实现利润总额同比增长2.8%。

五粮液连续7年实现营收净利两位数增长 分红额再创新高

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

4月28日，五粮液发布了2023年年度报告及2024年一季度报告。

2023年，公司实现营业收入832.72亿元，同比增长12.58%；实现归属上市公司股东的净利润302.11亿元，同比增长13.19%。

2024年一季度，公司实现营业收入348.33亿元，同比增长11.86%；归属上市公司股东的净利润140.45亿元，同比增长11.98%。

营收净利连续双增

2016年至今，五粮液营收都保持两位数增长幅度；而净利润则从2017年起保持两位数增长幅度，至2023年，五粮液已经连续7年保持营收和净利润的两位数增长。

2023年，五粮液公司主要经营指标实现稳定增长主要得益于市场营销进一步深化。产品体系持续完善，上新紫气东来五粮液，全年完成万寿坛、熊猫造型酒等18款文化酒产品开发和销售工作，其中龙年生肖酒一瓶难求，经典五粮液市场培育工作继续强化，39度、1618五粮液动销实现良好增长。

除了产品结构深化带来的影响外，五粮液对销售战略做了系统性梳理，提出“总部抓总、大区主战”策略，强化大区主战的分级授权、管控平衡及服务下沉，纵深推进营销数字化转型，使得公司对市场变化的响应速度将持续提升。

据《证券日报》记者了解，五粮液正在全面推进国际市场建设，与全球最大鸡尾酒品牌金巴里签订战略合作协议、推出“五加皮”全新合作产品，更加国际化、时尚化表达中国白酒；启动“和美全球行”，从文化层面为品牌赋能；实现中免集团免税渠道主要门店全覆盖。在五粮液等品牌带动下，



液香酒产品市场动销也实现逆势提升，创历史新高。

分红额再创新高

《证券日报》记者了解，2023年五粮液继续大手笔发放现金红包，大力度回报股东，分红额再创历史新高。

根据五粮液公布的2023年利润分配方案，公司拟每10股派现金46.70元（含税），分红金额为181.27亿元。该分配方案尚需提交年度股东大会审议。而从分红率来看，2023年五粮液的分红率为60%，在上一年度55%的基础上提升5个百分点，分红金额超180亿元。

据《证券日报》记者统计，2023年分红方案实施后，五粮液自1998年上市至今累计实施22次现金分红，总额将达940.87亿元，是上市以来募集资金总额的近25倍，持续与消费者、投

资者等共享发展成果。

值得一提的是，五粮液分红额持续创新高，连续4年现金分红超100亿元。同时，在白酒上市公司中，拿出超百亿元分红的仅有五粮液和贵州茅台。

在业内人士看来，五粮液大手笔分红，一方面彰显了龙头企业为投资者创造良好回报的负责任态度，另一方面则展现了公司对未来持续稳健发展的信心和底气。

知趣咨询总经理蔡学飞表示，在目前复杂的资本市场环境下，五粮液分红不仅彰显了企业超强的头部竞争实力与优势市场地位，也在某种程度上反映出酒企的经营韧性与发展潜力，起到引领行业可持续高质量发展等作用。

另外，五粮液深耕行业发展趋势，公司还在不断加大研发投入。五粮液年报显示，2023年，公司研发费

用为3.22亿元，同比增长36.5%，通过不断加大研发投入，五粮液的科技创新能力也在持续增强。截至目前，公司建成了7个国家级创新平台，平台数量为行业最多。国家工业设计中心顺利通过工信部复评，国家企业技术中心年度考核稳居行业第一，成功创建行业首家中国露酒产业文化科技创新中心。

在极具挑战的2023年，五粮液交出了亮丽的成绩单。2024年一季度，公司又实现了“开门红”。行业调整对五粮液等品质及品牌力强的酒企带来了发展机遇，五粮液在2024年又将创造怎样的业绩答卷？

“2024年五粮液加强市场监管，进一步完善‘1+3’产品矩阵，未来持续稳健增长可期。另外五粮液消费者的基本盘稳固，千元价格带品牌优势突出。”中银证券分析师如此表示。