

# 938家公司上半年业绩预喜

地产、水泥、计算机、畜牧等行业表现抢眼

□本报记者 董添

Wind数据显示，截至7月15日，1776家A股公司发布2019年上半年业绩预告，938家公司业绩预喜，预喜率为52.82%。1589家披露了具体业绩数据的公司预计合计实现归属于上市公司股东的净利润上限为1904.35亿元。从目前情况看，已发布业绩预告的上市公司整体盈利性较好。从行业情况看，地产、水泥、计算机、畜牧、通信类公司净利润增长居前。111家公司发布了业绩预告修正报告，多数下修了业绩。

## 325家公司预计净利翻番

在上述预喜的938家公司中，略增356家，扭亏114家，续盈60家，预增408家。

净利润增长率方面，941家公司预计2019年上半年归属于上市公司股东的净利润同比增长超过10%，565家公司预计超过50%，325家公司预计超过100%，53家公司预计超过500%，30家公司预计超过1000%。

不少公司出售股票获利较大。以中信国安为例，公司预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润为1.1亿元至1.4亿元。公司表示，上半年净利润同比增长幅度较大，主要源于非经常性损益。报告期内，公司出售了江苏有线的部分股票，子公司转让了天津国安盟固利新材料科技股份有限公司股权，产生投资收益。

从行业分布看，地产、水泥、计算机、畜牧、通信类上市公司净利润增幅居前。

净利润规模方面，454家公司预计上半年归属于上市公司股东的净利润上限超过1亿元，97家公司预计超过5亿元，43家公司预计超过10亿元，14家公司预计超过20亿元。其中，海康威视、华新水泥、金隅股份3家公司预计2019年上半年归属于上市公司股东的净利润超过30亿元。

其中，华新水泥预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润为30.1亿元至32.17亿元，同比增长46%至56%。报告期内，受益于国家加强环境保护和供给侧结构性改革所引起的供求变化，公司水泥、混凝土及骨料等主要产品的价格分别较上年同期增长9%、16%及5%左右。同时，产能规模扩大，报告期内公司骨料销量同比增长29%，水泥和商品燃料销量同比增长11%。此外，公司海外水泥业务呈现出量价增长的局面。

## 百余家公司下修业绩

Wind数据显示，截至7月15日，111家公司修正了业绩预告，上修业绩预告的公司不足20家，多数下修了业绩。毛利润降低、销量不及预期、新品上市延迟、计提大额非经常性损益、融资成本上升成为相关公司下修业绩的主要因素。

从行业情况看，下修业绩预告的公司中车企较多。以亚太股份为例，修正后预计上半年归属于上市公司股东的净利润亏损2000万元至5000万元。公司此前预计亏损1800万元至0万元。亚太股份表示，受宏观经济变化环境影响，汽车销量持续下滑，公司销售不及预期；本报告期内正值国五国六切换时期，整车企业去库存压力加大，终端销售折扣加大，公司报告期内降价幅度远超预期。经初步测算，预计公司2019年1-6月经营业绩低于预期。

部分公司出现业绩变脸。以\*ST中科为例，修正后预计上半年归属于上市公司股东的净利润亏损1.07亿元至8650万元。公司此前预计实现归属于上市公司股东的净利润254.42万元至2289.74万元。报告期内，公司商业保理业务应收账款计提坏账准备增幅较大，影响半年度归属于上市公司股东的净利润约1.3亿元。

融资成本上升成为部分公司下修业绩的一个因素。以金贵银业为例，修正后预计2019年前6月份归属于上市公司股东的净利润亏损4000万元至0万元。公司此前预计盈利7883.83万元至1.45亿元。金贵银业表示，公司主要产品电铅价格与去年同期相比大幅下降，产品毛利率与去年同期相比大幅下降。去年同期电铅盈利10495万元，毛利率为15.19%；今年上半年电铅产品出现亏损。公司融资利率上升，融资成本较上年大幅增加。受环保政策趋严以及今年5月中旬至6月底公司年度检修影响，白银、电铅及综合回收产品销售收入下降。子公司金贵银业国际贸易(香港)有限公司因预付款保函及汇兑损益致财务费用上升较大。

## 高度关注半年报

根据Wind提供的数据，ST岩石首家披露半年报后，第二批合计4家公司将于7月16日披露半年报；7月27日，将有10家公司披露半年报；此后，披露半年报上市公司数量将逐步攀升。其中，569家上市公司将于8月30日披露半年报。

7月15日晚间，金运激光发布2019年半年报，为深市第一家发布半年报的上市公司。报告期内，金运激光实现营业收入1.04亿元，同比增长3.89%；实现归属于上市公司股东的净利润1229.38万元，同比增长50.68%；实现归属于上市公司股东的扣除非净利润为1177.63万元，同比增长62.69%。公司表示，报告期内继续沿着数字技术商业化应用的大战略方向，在工业智能和商业智能两个领域中着手数字激光加工设备和智能零售终端应用发力，并取得了一定成效，开始形成以工业智能中的激光加工设备为业绩基础，以商业智能中的智能零售终端为新的业绩增长点稳中有进的发展态势。

东北证券研究总监付立春表示，半年报是上市公司的重要定期报告，上半年的经营情况、盈利情况、财务情况、股东情况都会在半年报中揭示，需要高度重视半年报的整体情况。除特殊指标外，对上市公司业绩是否达到预期要充分关注。同时，半年报质量和规范性需要重视。

值得注意的是，拟登陆科创板的公司中，23家公司披露了2019年上半年业绩预告，多数公司业绩增长较好，仅容百科技、新光光电、铂力特等3家公司出现负增长。18家公司预计上半年归属于上市公司股东的净利润同比增长幅度超过10%。以中国通号为例，公司预计上半年实现营业收入约204.6亿元至219.7亿元，同比增长约8.2%至16.2%；预计归属于上市公司股东的净利润为21.1亿元至22.8亿元，同比增长约6.3%至14.8%。公司轨道交通控制系统业务量持续增长。

红旗汽车的复兴战略已见成效。中国一汽发布的数据显示，红旗汽车上半年已实现去年全年的销量。业内人士指出，品牌定位、战略思路是红旗能否在当前汽车市场环境下立稳脚跟的关键因素，打好亲民牌、突破惯性思维是红旗品牌复兴的关键一环。



新华社图片

## 销量“寒冬”突围

# “亲民化”托举红旗汽车复兴战略

□崔小粟 宋维东

## 销量逆势增长

截至7月14日，红旗汽车今年以来实现批发销量3.61万辆，同比增长252%。其中，6月销量超过8000辆。上半年豪华车市场红旗品牌排名第6位。

事实上，中国汽车销量已连续12个月出现同比下降。2018年，汽车行业28年以来首次负增长，2019年以来下滑态势延续，1-6月，汽车销量同比下滑幅度分别为15.8%、13.77%、5.2%、14.6%、16.4%和9.6%。

车市持续遇冷，红旗销量为何逆势增长？7月15日，中国证券报记者以购车者身份来到沈阳市浑南区的一汽红旗经销商店。客户经理王爽(化名)表示，“以前买红旗车需要资质审查，且优先公务车采购。现在不需要资质审查，且享受同等的销售模式。”王爽透露，从去年起进店人数多了不少，且私家车主大约占一半。这是不小的变化。

“H5、H7这两款轿车有现货；HS5、HS7这两款SUV要提前预定，一个月左右可以提车。”王爽说，“这几款车型很畅销。与之前的红旗车相比，设计风格变化很大，且十几万元、二十几万元的价格性价比也吸引了不少顾客。”

红旗网站显示，目前旗下H系共有4款车型，包括H5、H7两款轿车车型，HS5、HS7两款SUV车型。其中，H5售价区间为14.68万-19.08万元，H7售价区间为25.28万-31.78万元，HS5售价区间为18.38万-24.98万元，HS7售价区间为34.98万-45.98万元。

业内人士表示，红旗品系接地气的定价，对扩大目标客户群起到了重要作用。且产品端不断丰富，特别是首款SUV车型HS5和刚上市的HS7，加上此前上市的H5、H7两款轿车，形成了产品矩阵，目标人群定位为个人家庭用户，降低了购买门槛。这是红旗品牌销量提升的重要原因。

2018年1月，中国一汽董事长徐留平在新红旗品牌战略发布会上表示，要把新红旗打造成为“中国第一、世界著名”的“新高尚品牌”，实现2020年销量10万台级，2025年30万台级，2035年50万台级的目标。根据发展规划，新红旗家族包括L、S、H、Q四大系列产品。其中，L系列为新高尚红旗至尊车，S系列为新高尚红旗轿车，H系列为新高尚红旗主流车，Q系列为新高尚红旗商务出行车。

接近红旗的相关人士告诉中国证券报记者，目前红旗走量的车型主要依靠售价最低的H5。刚上市的HS7作为C级豪华SUV，计划与HS5共同争夺SUV市场份额。除了“亲民牌”，红旗没有忽略自己“尊贵”的属性。其重金打造的红旗L5，开启了中国高端定制汽车的先河。

值得关注的是，HS7所在的中大型SUV市场竞争对手实力雄厚。中大型SUV市场今年将有十余款新车上市。弱市之下，车企纷纷加码豪华车细分市场。同时，SUV细分市场已进入红海阶段。中汽协数据显示，今年上半年，SUV市场累计销量约为430.1万辆，同比下滑13.4%。其中，自主品牌SUV累计销量约为229.5万辆，同比下滑23.3%。红旗HS7能否突破重围将是红旗新发展规划能否顺利落地的重要因素。

## 第四次复兴

红旗汽车诞生于1958年，“国车”赋予其时代特殊烙印。中国人有着深厚的“红旗情怀”。上世纪六、七十年代，红旗轿车是中国汽车工业的一面旗帜。据老一辈汽车人回忆，每当红旗轿车驶过北京街头时，很多群众驻足观望，表达骄傲、喜悦之情。

几经沉浮，中国汽车产业发生了翻天覆地的变化，被深深打上“高档行政座驾”标签的红旗，其知名度、影响力让其他车企望其项背，但这一标签也成为其市场化、商业化发展的一掣肘。

2008年，红旗第三次提出“复兴计划”，踏上“由官转民”的发展道路。“十二五”期间，一汽集团累计投入超过100亿元研发经费，全力打造豪华C级轿车红旗H7。对于这款全新中式元素设计的轿车，“先公务后私人”是一汽方面规划的品牌路线。这被认为是红旗重新打开私人汽车市场的重要产品。

但当时的市场调查发现，红旗H7的排产规划过度向公务车订单倾斜，私人用户到4S店购买最少要等待1个月。加之其上市不久就遇到了公务车采购改革，市场需求直线下滑，前期的重金投入没有换回相应的市场回报。随之而来，红旗难以继续推出更亲民的车型，也没有SUV车型迎合市场需求。第三次红旗复兴计划不了了之。

2018年，红旗迎来第四次复兴，“亲民牌”仍然是主打方向，并集中在品牌营销和渠道建设上下功夫。营销方面，与故宫、李宁展开文创、潮流方面的合作，高调亮相央视春晚，命名“新红旗大街”，找影星代言等举措频频。

渠道建设方面，启动了大规模的百店招商计划。红旗汽车网站显示，2018年底，红旗实现体验店数量达100家的目标。而2017年红旗品牌在全国的经销商数量仅20多家，扩张速度可见一斑。按照红旗方面的说法，线下实体店销售渠道的建立和完善，是红旗进一步增强品牌竞争力、提振车型销量的方式，增强了用户体验。

除了“亲民牌”，红旗没有忽略自己“尊贵”的属性。其重金打造的红旗L5，开启了中国高端定制汽车的先河。通过本次交易，一汽轿车将包括乘用车业务在内的资产和负债置出，将有效解决一汽轿车与控股股东一汽股份之间长期存在的同业竞争问题。

据红旗方面介绍，红旗L5是中国一汽打造的一款100%自主知识产权的E级轿车，被称作“自主劳斯莱斯”，购车需要经过严格的资质审查。

其中，2018年12月1日，玲珑轮胎申请了红旗L5的限量定制，并通过了严格审查，成为红旗L5限量定制款的第17位车主。今年6月27日，玲珑轮胎携手中国一汽举行了红旗L5的交车仪式。特别值得一提的是，为红旗L5配套的正是玲珑轮胎旗下的超高性能轮胎Crosswind。

中国一汽总经理助理、要客营销部部长况锦文此前表示，这一代红旗L5只有100辆。截至2018年底，申请买车资质通过的人已经超过170人。报名的人更多，半年之内就出售超过30台。预计三年交付完毕，销售额可达六七亿元。而整个高端定制团队目前只有7个人，加上红旗L5总装车间的30多人，可以说将原来亏钱的项目彻底盘活。

## 推进市场化改革

自2017年8月徐留平执掌中国一汽以来，其改革步伐不断加快。徐留平表示，中国一汽集团总部将直接运营红旗品牌，集团将给予红旗品牌生产、研发、质保、营销等全方位支持。

随后，中国一汽逐渐落地了“一部四院”的研发体系以及“三国五地”的全球研发布局支持红旗发展。一汽集团内部人士向中国证券报记者透露，红旗是徐留平亲自抓的项目，在集团内部规格很高。

实际上，红旗的发展是中国一汽整体改革的缩影。徐留平履新中国一汽后，开启了大刀阔斧的改革，明确了一汽集团工作的三大重点：大幅度的机构重组，大范围的人事调整，全方位的品牌重塑。

值得注意的是，今年4月，中国一汽集团下属上市公司一汽轿车披露重大资产重组预案，将重组一汽解放。交易完成后，一汽轿车的主营业务将变更为商用车的开发、制造和销售，实现中国一汽商用车业务在A股上市，大幅提升资产证券化水平，盘活中国一汽存量、创造增量，进一步提升利润水平，推动国有资产做强做优做大。

通过本次交易，一汽轿车将包括乘用车业务在内的资产和负债置出，将有效解决一汽轿车与控股股东一汽股份之间长期存在的同业竞争问题。

此外，中国一汽商用车业务将顺应行业变革趋势，充分利用资本市场开展产业整合及新业态布局，通过做强做优做大，持续保持一汽解放的行业领先地位。中国一汽商用车业务上市后，将根据资本市场要求建立完善的公司内部约束和激励机制，推动中国一汽商用车业务专业化、规范化运行。

## \*ST高升对子公司审计吃“闭门羹”

□本报记者 于蒙蒙

\*ST高升7月15日晚公告称，公司第九届董事会第二十八次会议决议对全资子公司吉林省高升科技有限公司(简称“高升科技”)进行专项审计遭到高升科技拒绝。而公司董事董红、许磊对此指出，\*ST高升的专项审计没有依据，\*ST高升已经完成年度审计并已公告，不能因知情权反复审计高升科技，干扰高升科技经营。

值得注意的是，今年2月\*ST高升第九届董事会通过相关审计议案，投票情况为6票赞成2票弃权，独立董事田迎春、赵亮投下弃权票，董事董红、许磊对于表决结果提出异议，认为计票回避事项有误。相关法律人士指出，审计事项在上市公司董事会决议合法通过，那就需要执行。

## 子公司拒绝配合

2019年2月3日，\*ST高升第九届董事会第二十八次会议审议并通过了《关于对全资子公司吉林省高升科技有限公司和上海莹悦网络科技有限公司进行专项审计的提案》，核查是否存在可能导致高升科技和上海莹悦业绩承诺期财务报告追溯调整、可能触发相关主体业绩补偿义务的期后事项。

2015年，\*ST高升通过剥离纺织业务，并完成收购高升科技100%股权后进入互联网云基础服务领域。标的资产高管董红、许磊通过此次并购成为\*ST高升董事。2016年，\*ST高升以发行股份及支付现金购买上海莹悦100%股权，后者高管袁佳宁于2018年成为公司董事。

\*ST高升彼时公告，董事许磊、董红、袁佳宁为关联董事，应对相关议案回避表决。议案最终以6票赞成2票弃权获得通过。独立董事田迎春、赵亮投下弃权票。

董事董红、许磊对于表决结果提出异议，两人称仅签署第九届董事会第二十八次会议表决表，未签署董事会会议决议。“因为决议内容和当天开会情况有出入，我们实际对上海莹悦进行了投票，袁总(袁佳宁)也对高升科技进行了投票，所以不能在决议上签字。”

\*ST高升介绍，今年3月公司通过招投标方式，委托大华会计师事务所负责此次专项审计工作。因考虑到2019年上半年涉及财务方面的工作较多，为不影响子公司正常工作，公司自2019年7月起启动该项审计工作。7月3日，公司通过邮件等方式向高升科技和上海莹悦发出通知，要求子公司配合做好专项审计相关工作。

不过，\*ST高升委托的审计机构在高升科技吃了“闭门羹”。7月4日，高升科技通过邮件向公司及董事会发出“高升科技董事会决议”，拒绝接受专项审计安排。该决议经由高升科技董事会全体成员于平、许磊和翁远签字。7月9日，大华会计师事务所向公司出具了《专项审计事项沟通函》。审计人员在一名公司财务副总的陪同下到达高升科技后，未能得到批准进入办公区域门内，公司陪同人员现场电话联系了高升科技董事长于平、执行总经理许磊、财务总监董红，三人均表示拒绝执行本次审计。基于上述情况，大华会计师事务所无法顺利开展专项审计工作，公司专项审计工作无法进行。

## 审计被指无依据

对于\*ST高升所指责高升科技拒不履行公司董事会通过的审计事项，相关董事提出了异议。

董事董红、许磊对此指出，高升科技已经明确，\*ST高升的专项审计没有依据，\*ST高升已经完成年度审计并已公告；\*ST高升声称依据公司法，股东享有知情权，但不能因知情权反复审计高升科技，干扰高升科技经营；高升科技董事和高管依据公司章程履行职责，维护高升科技经营，拒绝股份公司毫无依据的无理要求，不存在邮件声称的子公司失去控制的情形。

“上市公司受控股股东及关联方控制，违规担保及违规共同借款、提供多份伪造虚假的董事会决议，损害股东公司、股东及控股公司利益，高升科技反对利用控制地位损害高升科技利益的行为。”董事董红、许磊表示，大华会计师事务所并非上市公司聘请的年度审计会计师事务所，聘请流程未告知各位董事。按照公司章程，聘请会计师事务所需要经过股东大会审批，因此大华会计师事务所进场审计缺乏合理授权。

独立董事陈国欣提出了个人意见，并指出专项审计起因是深交所对高升科技在2018年业绩承诺期结束后即出现断崖式下滑，商誉发生大额减值以及上海莹悦2018年未完成业绩承诺并出现商誉减值问题发来的关注函。作为独立董事和审计委员会牵头人，其对此无异议。截至公告披露时，独立董事田迎春、雷达、赵亮未对公告发表意见。

浙江高庭律师事务所合伙人汪志辉律师告诉中国证券报记者，审计事项在上市公司董事会决议合法通过就需要执行。“另一方有什么诉求，可以通过合法途径维权。但必须遵守游戏规则，否则就乱套了。”