

东软集团董事长兼CEO刘积仁近日接受中国证券报记者专访时表示,一家软件公司要实现长久发展,须随着行业生态的变化适时改变,不断探索新商业模式。随着技术与信息基础设施的进步,软件从技术向赋能工具转变。软件可以创造新的商业,可以承载生态系统,也可以参与其他行业的融合。东软集团以软件技术为核心,创造新的业务模式,并探索软件企业新的生存空间,核心主业与创新业务协同发展,为公司持续发展增添新动能。



东软集团董事长兼CEO刘积仁: 找到软件企业“新活法”

□本报记者 宋维东

核心主业稳健发展

“软件的内涵发生了根本改变。”刘积仁说,“过去软件是技术产品,可以做系统集成、解决方案。现在软件的使用方式、范围和业务生态与过去完全不同,成为赋能工具,可以构建新的商业模式,成为生态连接的纽带,也可以是跨界融合的支撑平台。”

生命周期短是软件行业的一个特点之一。“软件需要跳出单纯的技术形态,与其他行业与技术深度融合,可衍生和创造出许多新的业态,给软件产业带来更大空间。软件企业只有不断创造,找到新活法,从单一软件技术思维的框架中跳出来,才能打破生命周期局限,走向新的未来。”刘积仁说。

刘积仁所说的“新活法”,即“以软件技术核心,通过融合创新商业模式,走不同的发展路线,在新的模式下软件价值可以得以更大体现”。

东软集团坚持医疗健康及社会保障、智能汽车互联、智慧城市、企业互联等核心业务;同时,选择具有巨大发展潜力的新行业,发挥软件的赋能效应,创造出可以独立发展,并与公司核心业务互补的新领域,如数字医疗设备、云医院、新能源汽车技术等创新业务,推动公司从创造技术向创造价值转变,从以技术为核心向与新业务融合发展转变,从产品公司向服务和平台公司转变。

目前,东软集团的业务主要分为四大板块。医疗健康及社会保障业务方面,截至2018年末,医院客户超过2500家,覆盖全国三级医院近500家,区域卫生业务覆盖国家、省、市、县四级平台,服务基层医疗机构30000余家,覆盖人口达4.6亿人。人力资源和社保业务市场份额超过50%,覆盖人群超过7亿,参保单位数量近5000万。此外,公司在医疗设备、医疗保险等领域取得显著的成绩。

智能汽车互联业务方面,公司深度布局大汽车生态系统,积极探索车载系统、新能源汽车、智能网联、自动驾驶与共享出行等技术和产品。东软集团是国家汽车电子安全目标牵头制定单位,作为唯一一家中国企业参与了联合国国际汽车信息安全标准法规提案建设工作。

智慧城市业务方面,东软集团利用云计算、大数据、移动互联网等技术,开展智慧政务、智慧城市运营支撑、智慧交通、智慧能源、“互联网+金融”和智慧教育等业务,构造智慧城市平台,参与智慧城市数字化运营,致力于成为数字城市运营商。目前,东软集团已与30多个城市开展合作与交流,未来将与更多城市签订协议,运营智慧城市,实现数据变现。

企业互联业务方面,聚焦大数据、人工智能等领域,帮助重点行业和关键客户打造智能产品和服务,面向企业提供综合解决方案,帮助企业转型和产业优

化升级。

软件创造新价值

近年来,东软集团以主营业务为基础和平台,构造了东软医疗、东软熙康、东软望海、东软睿驰等一批创新业务公司。

东软医疗主营高端医疗设备制造,是国内大型高端医疗设备行业发展的引领者,业务已覆盖100多个国家和地区的9000多家医疗机构。东软医疗目前拥有九大产品线,能够提供放射影像、常规检查、放疗与核医学、临床应用解决方案。东软医疗持续推出新技术与新产品,先后推出NeuViz 64层CT、首台国产128层CT、256层CT、PET/CT等产品,不断刷新中国大型医疗设备领域的最高水平。

东软熙康是东软集团于2011年专门面向健康管理领域成立的公司,致力于构造强大的基础医疗服务云医院平台,通过“互联网+”与医疗健康的深度融合,提供健康管理、互联网诊疗、远程医疗、养老服务等全生命周期医疗健康服务。熙康已在20多个城市建设运营基础医疗服务云医院平台,连接超过3万家医疗机构、4.7万名医护人员、50个医学学科,服务居民超过3400万。

东软望海则推动“互联网+医疗”产业融合和转型升级,在医院HIS、医院成本一体化、医疗卫生资源监管等领域保持优势地位,其软件研发和项目管理达到国际水准。截至2018年末,东软望海累计覆盖医院客户近3000家。在医院供应链管理领域,“供应宝”平台累计签约近1200家医院,在线供应商超过25000家。在DRG与支付领域,东软望海取得CN-DRGs授权后持续创新,推出的政务和医院解决方案已覆盖省级客户11家,覆盖案例数迅速放量。

东软睿驰专注于新能源、高级辅助驾驶、无人驾驶、车联网等汽车新技术的研发与应用,持续优化和完善智能充电桩产品、动力电池包、动力电池管理系统等产品。东软睿驰与吉利、长城等多家车厂在BMS领域开展深入合作。同时,公司是东风本田、广汽本田指定款新能源汽车的电池包PACK供应商。通过2016年、2018年的两次增资,东软睿驰在技术、市场等方面均快速突破,组建了一支拥有600多位高端、专业核心人才的队伍。

创新的逻辑与收获

当前,东软集团的商业模式发生了巨大变化。特别是创新业务发展,需要投入大量资金做研发和市场培育。由于投入巨大,除了东软医疗、东软熙康、东软望海、东软睿驰近几年仍有较大亏损,导致东软集团盈利指标下降。

“这些创新业务完全可以放在东软集团体内。但是,不断增长的研发费用给上市公司带来较大的财务

成本,拖累公司业绩。同时,这些创新业务也难以获得足够的资金支持,丧失最好的发展机会。”刘积仁说,“为了公司的长远发展,要在短期业绩和长远发展、企业盈利指标与实际价值之间进行平衡。这是公司成长中要付出的代价。”

为此,东软集团为东软医疗、东软熙康、东软望海、东软睿驰引入战略投资者,中国平安、百度、联想、高盛、丰田等著名企业加入了东软发展阵营。这些战略投资者给创新业务公司带来资金的同时,也带来了新的机制,加快了创新业务的发展。

以东软医疗为例,医疗设备和软件本身存在关系,但属于不同的业务类型。研发一种新的医疗设备产品,需要投入大量资金,周期漫长。东软集团将东软医疗独立出来,引入更多资本加入,推动其做大做强。据悉,弘毅投资、高盛等以战略投资者的身份斥资16亿元对东软医疗进行增资,并以11.33亿元从东软集团购买其所持有的东软医疗一定比例的股权。目前,东软集团仍持有东软医疗29.94%的股份。此外,东软医疗拿出5.57%的股份用于员工持股,实现激励。

此举加快了东软医疗的发展速度,东软医疗2018年营收达18.37亿元。目前,东软医疗在高端CT、核磁共振、血管机等产品上取得了较大发展,公司正在从医疗设备提供商向服务商领域转型。据悉,东软医疗目前正全力筹划上市。

循此战略,东软集团对东软熙康、东软望海、东软睿驰等进行类似的培育,为这些公司引入战略投资者,并积极推动进入资本市场。刘积仁表示,将这些创新业务独立出来,单独孵化成具有竞争力的独立实体,可以形成与东软集团核心业务互补的局面,也是财务安全性的优化。作为第一大股东的东软集团,将从这些创新业务公司获得更大的股权溢价和投资收益。

据统计,东软集团及创新业务公司从外部投资人处获得资金合计超过81亿元。其中,东软集团已经从中收益14亿元,创新业务公司共计获得超过67亿元的资金。而根据股权变化和投资收益,东软集团已经完全收回当初投入的8亿元至9亿元的持股成本,并且仍在这些创新业务公司占据第一大股东地位。

刘积仁表示,这些融资降低东软集团运营成本。同时,通过员工持股计划为创新业务公司提供足够的高端人才储备,可以将更多资金投入到研发中,打造有竞争能力的实体。在价值创造过程中,东软集团将成为新业态、新业务发展模式的创造者和受益者。

刘积仁认为,未来软件无所不在。东软集团不能在软件产业变革的大机会面前只充当软件工程师的角色,要将软件作为价值创造的工具和手段,在以价值创造为核心的经营模式中,找到软件企业的活法。“东软集团是一家老牌软件企业,但思维不能停留在过去,不能在一个充满魅力的行业中老去。”

房企上半年业绩分化明显

□本报记者 董添

截至8月8日,54家A股上市房企发布了2019年上半年度业绩数据,房企之间业绩分化明显。多数大型房企增长良好,布局一二线城市的房企盈利能力凸显。不少中小型房企受现金流及资金压力等因素影响,业绩下滑幅度较大。部分房企报告期拿地积极,经营活动产生的现金流量净额大幅下滑。值得注意的是,一些房企完成半年报业绩冲刺后,7月份销售额环比明显下滑。业内人士称,下半年以来,房地产融资环境收缩,而需求侧调控不放松,楼市出现过热的几率较小。

大型房企盈利良好

在上述54家房企中,11家公司披露了2019年半年报或半年度业绩快报,9家公司净利润同比增长。另有43家公司披露了业绩预告,21家公司预计上半年净利润同比增长。整体看,上市房企业绩明显分化。

加大一二线城市项目投资比例的不少公司毛利率有所提升。以阳光城为例,公司2019年上半年实现营业收入225.11亿元,同比增长48.03%;实现归属于上市公司股东的净利润14.49亿元,同比增长40.52%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润12.88亿元,同比增长24.9%。

报告期内,公司全口径销售金额合计900.73亿元,权益销售金额577.12亿元。房地产项目毛利率较去年年末增加1.28个百分点,达到26.93%。报告期内,公司以权益对价272.75亿元合计补充权益土地储备约424.59万平方米。截至报告期末,公司累计土地储备总计4396.35万平方米。其中,一二线城市预计未来可售货值占比85.93%,累计成本地价4322.2元/平方米。

多数大型房企盈利能力良好。保利地产上半年实现营业收入711.6亿元,同比增长19.52%;实现归属于上市公司股东的净利润103.53亿元,同比增长59.14%。报告期内,公司结转项目毛利率同比提高,投资收益增加,营业利润同比增长。报告期内,公司实现签约金额2526.24亿元,同比增长17.33%。

一些中小型房企业绩下滑幅度较大。上半年,ST新光实现营业收入10.66亿元,同比增长2.2%;实现归属于上市公司股东的净利润-1.24亿元,上年同期为1.52亿元。上半年,受控股股东资金占用及债务违约的影响,公司流动性紧张,无法按期偿还债务,形成债务逾期,由此计提的逾期利息、罚息增加,财务费用上升,导致当期亏损。

拿地致现金流下滑

部分拿地积极的房企,报告期内经营活动产生的现金流量净额大幅下滑。以陆家嘴为例,公司上半年实现营业收入81.89亿元,同比增长23.86%;实现归属于上市公司股东的净利润20.47亿元,同比增长11.34%。而经营活动产生的现金流量净额为-16.5亿元,上年同期为10亿元。公司29.45亿元拍得川沙地块,导致经营活动现金流出增加。

2019年前7个月,受多重因素影响,土地市场持续火热,房企拿地积极。中国指数研究院数据显示,前7个月,碧桂园、万科、融创拿地数量排名前三位。碧桂园在1-7月累计拿地1086亿元,占据榜首;万科拿地总额1030亿元,占据第二位;融创1-7月拿地总额达685亿元。TOP10企业1-7月拿地总额6605亿元,占TOP100企业的36.5%;1-7月,TOP10企业拿地门槛为407亿元。龙头房企获取土地资源优势不减。

业内人士称,今年以来,房企拿地火热,房企融资水平受到考验。龙头企业融资渠道较宽,融资成本较低,相比中小房企有明显的优势。在此轮拿地潮中,小型房企拿地受资金压力影响较大,未来行业集中度有望进一步提升。

7月销售额环比下降

完成半年报业绩冲刺后,不少房企7月份销售额环比明显下滑。中原地产数据显示,截至8月8日,21家上市房企公布前7月销售业绩,销售额合计2.49万亿元,同比增长13.4%。值得注意的是,就7月份单月而言,21家上市房企销售额环比下降30%。

多家上市房企披露了前7月的销售业绩,多数房企销售额环比下滑。以龙湖集团为例,公司2019年1-7月累计实现合同销售额1256.2亿元,合同销售面积合计766.6万平方米。7月份,实现合同销售额200亿元,合同销售面积115.8万平方米。而6月合同销售额为214.3亿元,合同销售面积125.6万平方米。

7月,万科A实现合同销售面积313.5万平方米,合同销售额481.9亿元,相比6月销售额和销售面积下降幅度均较大。6月,万科实现合同销售面积489.3万平方米,合同销售额663.9亿元。前7月,公司累计实现合同销售面积2463.6万平方米,合同销售额3821.9亿元。

中原地产首席分析师张大伟表示,房企7月份销售额环比下降,主要由于6月份冲刺半年报业绩所致。克而瑞研究中心指出,7月份房地产市场转冷,市场观望情绪愈加浓厚。随着前期积压市场需求陆续释放完毕,3月以来的楼市“小阳春”行情结束。8月份市场大概率将继续走弱。

对于楼市走向,58安居客房产研究院首席分析师张波认为,今年以来调控政策“张弛有度”,7月政策收紧释放的信号明显,8月楼市从稳是大概率事件。

 郑州商品交易所
Zhengzhou Commodity Exchange

粮食的粮食 尿素期货今日上市

2019.08.09

