

# 近600家上市公司上半年净利均值增长超两成

□本报记者 董添

## 整体保持较高盈利性

Wind数据显示,截至8月15日晚,595家A股上市公司披露了2019年半年报。合计实现营业收入2.13万亿元,平均每家上市公司实现营业收入35.83亿元,同比增长14.51%。这些公司整体保持较高的盈利性。

具体来看,317家上市公司上半年实现归属于上市公司股东的净利润同比增长超过10%,200家超过30%,119家超过50%,64家超过100%。10家上市公司上半年归属于上市公司股东净利润同比增长超过10倍。

中国证券报记者梳理发现,行业整体回暖,主营业务收入增加,证券投资收益加大,并购公司业绩增长,处置大额资产是上述公司业绩大幅增长主因。

在行业回暖方面,禽产业链、券商、食品饮料、电力能源类上市公司表现突出。受益于行业环境整体向好,相关上市公司业绩大涨。

禽产业链方面,以益生股份为例,公司半年报显示,报告期内,公司共实现营业收入14.46亿元,同比增长188.07%;实现归属于上市公司股东的净利润9.04亿元,同比增长2688.67%;经营活动产生的现金流量净额为7.84亿元,同比增长5604.8%。

益生股份表示,目前,白羽肉鸡产业大周期趋势向上,行业基本面持续向好。近几年国外主要供种国陆续发生禽流感感和国内封关政策的影响,2015-2018年我国祖代白羽肉种鸡引种量已经连续四年低于75万套,引种数量远低于我国的需求数量。报告期内,由于多年来累积的种鸡产能逐步淘汰以及持续的引种限制导致种鸡供给量逐步下降,父母代白羽肉鸡的存栏趋势性下滑,存栏量减幅较大,商品代白羽肉鸡供给紧张,父母代肉种鸡雏鸡和商品代肉雏鸡价格高位运行。

券商行业方面,以东吴证券为例,公司2019年上半年共实现营业收入26.75亿元,同比增长74.17%;实现归属于上市公司股东的净利润7.5亿元,同比增长2758.33%。经营活动产生的现金流量净额为16.17亿元,同比下降37.07%。

东吴证券表示,从证券市场来看,今年两市成交活跃度明显提升,成交额与换手率均大幅放量,投资者情绪抬升,市场逐渐升温,证券行业经营业绩好于去年同期。今年以来,公司积极抢抓市场机遇,转型发展取得实效,经营业绩同比实现大幅增长。

## 现金流情况出现分化

Wind数据显示,在上述已经披露半年报的595家上市公司中,有365家上市公司经营活动产生的现金流量净额同比增长,230家上市公司经营活动产生的现金流量净额同比下降。已发布半年报的上市公司,报告期内,现金流情况出现一定的分化。

梳理发现,报告期内,现金流量出现下滑的上市公司,纺织、钢铁、交运、房地产等传统行业居多。

以首钢股份为例,公司2019年上半年共实现营业收入327.84亿元,同比增长3.95%;实现归属于上市公司股东的净利润10.02亿元,同比下降29.66%;经营活动产生的现金流量净额为11.27亿元,同比下降80.89%。公司表示,报告期内,经营活动产生的现金流量净额下滑主要是由于购买商品、接受劳务所致。

不少房地产类上市公司,由于2019年上半年拿地较为积极,导致经营活动产生的现金流量净额出现大幅下滑。以陆家嘴为例,公司2019年上半年共实现营业收入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%。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。经营活动产生的现金流量净额变动原因是,公司本年度拍得川沙地块土地,金额为29.45亿元,导致本年度经营活动现金流出增加。

□本报记者 于蒙豪

8月15日晚,阿里巴巴集团公布2020财年一季度业绩。本季度,阿里巴巴集团收入达1149.24亿元,同比增长42%。包括淘宝、天猫在内的中国零售平台移动端活跃用户达7.55亿,年度活跃消费者达6.74亿。

阿里巴巴用户数量快速增长。中国零售平台移动端活跃用户较上一季度增长3400万;从

Wind数据显示,截至8月15日晚,595家A股上市公司披露2019年半年报,合计实现归属于上市公司股东净利润1949.85亿元;实现归属于上市公司股东净利润均值为3.28亿元,同比增长21.93%。其中,64家上市公司报告期内归属于上市公司股东净利润同比增长幅度超过100%,行业整体回暖、主营业务收入增加等是上市公司业绩大幅增长主因。此外,报告期内,这些公司的现金流出现一定分化。纺织、钢铁、交运、房地产等传统行业上市公司现金流下滑较严重。



数据来源/中国平安半年报 视觉中国图片 制图/苏振

## 持续强化科技应用 中国平安上半年归母净利近千亿元

□本报记者 齐金钊

8月15日晚间,中国平安披露了2019年上半年业绩报告,报告期内,公司实现归属于母公司股东的营运利润734.64亿元,同比增长23.8%;归属于母公司股东的净利润976.76亿元,同比增长68.1%。同时,公司拟向股东派发中期每股股息现金0.75元,同比增长21.0%,派息总额136.8亿元。

### 业绩及股东回馈同步增长

中国平安表示,公司报告期内核心金融业务稳健增长,业务价值不断提升。上半年,寿险及健康险业务实现营运利润484.33亿元,同比增长36.1%;平安产险实现营运利润100.39亿元,同比增长69.5%;平安银行整体经营稳中趋好,上半年实现净利润154.03亿元,同比增长15.2%。

对于中国平安一直强调的个人业务运营能力,中报披露,截至2019年6月30日,中国平安个人客户总数达1.96亿,较年初增长6.6%,上半年新增客户2009万,其中33.8%来自于公司五大生态圈的用户。

除了个人客户数量的增长,中国平安的个

人客户交叉渗透程度也进一步提高。中报披露,2019年上半年,公司个人业务营运利润同比增长32.1%至665.76亿元,占公司归属于母公司股东营运利润的90.6%;公司有6937万人客户同时持有多家子公司的合同,较年初增长9.0%。

中国平安董事长、首席执行官马明哲表示:“未来,平安将始终坚持以个人客户为中心,不断深化科技创新能力,赋能产品创新优化和服务质量提升,完善客户体验,实现平安个人客户价值与公司价值的共同成长。”

在业绩稳健增长的同时,中国平安还在中报中披露了股东回馈计划,公司拟向股东派发中期每股股息现金0.75元,同比增长21.0%,派息总额136.80亿元。此外,值得一提的是中国平安今年以来还顺利实施了A股回购计划,截至6月30日,公司通过集中竞价交易方式已累计回购34.21亿元A股股份(截至7月31日累计回购约50亿元A股股份),上半年现金分红加回购合计171.01亿元。

### 持续强化科技赋能

中国平安表示,在“金融+科技”、“金融+生态”的战略规划指引下,平安将创新科技聚

焦于大金融资产、大医疗健康两大产业,深度应用于传统金融与“金融服务、医疗健康、汽车服务、房产服务、智慧城市”五大生态圈。通过“一个客户、多种产品、一站式服务”的综合金融经营模式,依托本土化优势,践行国际化标准的公司治理,平安持续推动“科技赋能金融、科技赋能生态、生态赋能金融”,为1.96亿个人客户和5.76亿互联网用户提供金融生活产品及服务。

中国平安中报披露,截至报告期末,公司科技专利申请数较年初增加5779项,累计达18050项。覆盖金融、医疗、智慧城市等领域,并位居国际金融机构前列,其中PCT及境外专利申请数累计达3959项;截至2019年6月30日,平安拥有10.1万名科技从业人员,32万名研发人员。

此外,在报告期内,中国平安科技实力进一步得到国际认可,多项技术成果在金融、医疗、智慧城市等领域斩获国际大奖。金融领域,公司人工智能单证识别技术在国际票据扫描件文字识别和信息提取(SROIE)大赛中荣获世界第一,金融壹账通顺利获得香港虚拟银行牌照。医疗领域,公司发表了全球首篇AI疾病预测的顶级医学论文,打造全球第一款智能OCT眼底疾病筛查系统完成了多中心临床试验。

## 同比增长40.12% 上海家化上半年实现净利逾4亿元

□本报记者 江钰铃

上海家化8月15日晚披露的半年报显示,公司2019年上半年实现营业收入39.23亿元,同比增长7.02%;归属于上市公司股东的净利润4.44亿元,同比增长40.12%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.61亿元,同比增长9.52%。基本每股收益0.66元/股,同比增长40.43%。在此次半年报发布后,上海家化已连续十个季度实现营收、净利双指标稳步增长。

在股东变动方面,截至报告期末,公司前十名股东情况较为稳定,国泰君安君得鑫股票集合资产管理计划跻身公司前十大股东行列。

### 粉丝经济持续深入

公开资料显示,上海家化主要从事护肤类、洗护类、家居护理类、婴幼儿喂哺类产品的研发、生产和销售。近年来,公司以新零售时代的消费者需求为导向,优化多品牌矩阵。

本次公司半年报提及上述品牌在报告期内的表现。根据第三方的统计数据,上半年,六神在花露水市场、美加净在大众护手霜市场,市占率均居于首位。此外,高夫、佰草集等品牌,也是护肤市场主要品牌。

### 渠道拓展成亮点

半年报称,上半年,百货(护肤)增速为12.1%,增长引擎主要为高端奢侈品牌;个人洗护品在大卖场及超市渠道的增长率分别为-1.8%和0.9%;护肤品在大卖场和超市渠道分别下跌5.4%和2.0%;护肤品在化妆品专营店同比增长14.4%,BTC电商渠道的美妆、母婴、个护、家居清洁市场整体增速为41%。

半年报介绍,公司的渠道战略是全渠道、全覆盖,线上与线下相融合,渠道与品牌相匹配共同发展。公司八大渠道包括:线下销售为经销商分销、直营KA、母婴、化妆品专营店、百货、海外;线上销售为电商、特殊渠道。

截至本报告期末,公司有组织分销的可控门店:商超门店20万家、农村直销车覆盖的乡村网点有近9万家店、百货约1500家、化妆品专营店约1.3万家、母婴店超5000家。

报告期内,电商渠道通过与优秀的第三方合作运营,同时提升自身团队能力,实现了旗舰店的运营能力提升和单产提高,公司电商全网GMV销售(零售)同比增长31%。在6月1日-20日“618”电商大节期间,旗舰店GMV同比增长24%,天猫旗舰店、京东、天猫超市、唯品会平台合计GMV同比增长超30%。特殊渠道在上半年保持良好增长态势。

除电商渠道外,上海家化也利用跨界合作拓展渠道。濮春华说,六神与RIO合作推出的花露水风味鸡尾酒,在天猫单日销售同比增长500%;美加净联合大白兔推出的奶糖味润唇膏,发售当日,两秒售空;美加净与晨光文具进行跨界合作,推出樱花物语限定礼盒,在天猫旗舰店上线三天同比增速达400%。

## 首份半年报出炉 拉卡拉净利润同比增25%

□本报记者 崔小粟

8月15日晚,拉卡拉发布其上市之后的首份半年报。报告期内,拉卡拉实现营业总收入24.96亿元,归属上市公司股东的净利润3.66亿元,同比增长25.31%。

根据半年报数据,目前拉卡拉累计覆盖商户已超过2100万家,较2018年底的1900万家增加200万家。上半年拉卡拉大力优化了商户结构、渠道结构以及支付业务的收入结构。除支付业务收入外,商户经营业务收入和海外业务收入首次单独出现在公司的收入结构中,表明拉卡拉正在优化收入结构,摆脱对于单一收入的依赖。

拉卡拉正在扩大为商户提供金融科技服务、电商科技服务和信息科技服务的能力和收入,其中商户经营业务收入达到1.53亿元,同比增长53%。同时通过投资大力布局产业互联网,为商户提供云分销和新零售的服务。

### 商户规模超过2100万

根据半年报,拉卡拉目前的经营收入主要分为三大类——支付业务、商户经营业务、海外业务。

在整体消费减弱,线下社会消费品零售总额增速下滑的宏观背景下,上半年拉卡拉支付业务实现交易金额1.77亿元,且归属上市公司股东的净利润达到3.66亿元,同比增长25%,这主要源于扫码交易笔数的大幅度增加以及分摊营销费用大幅度下降。半年报显示,上半年扫码交易金额和交易笔数分别增长82%和84%,在营收中的占比较去年同期则均上升了8个百分点。这一态势表明,拉卡拉的支付业务总体交易呈现出高频、小额的良好活跃状态。

上半年,拉卡拉服务的有效商户超过2100万家,商户规模继续稳步增长。累计交易笔数达36.7亿笔,同比增长67%。公司实现商户经营业务收入1.53亿元,同比增长53%。

半年报显示,拉卡拉的商户经营业务主要包括金融科技服务、电商科技服务以及信息科技服务三个方面,具体包括贷款服务、理财服务、保险服务、信用卡发卡服务、金融科技系统及解决方案输出服务、积分消费运营服务、广告营销服务、会员订阅服务等,帮助中小微商户解决经营中的痛点。

报告期内,拉卡拉电商科技服务业务增长迅猛,其中积分消费运营业务尤其明显。积分运营业务交易金额16亿元,同比增长181%;净收入4625万元,同比增长64%。

### 持续加强科技能力建设

此次半年报还首次披露了拉卡拉的海外业务,跨境支付及海外聚合支付交易金额已超过百亿,服务商户超过2千家,并保持稳定的增长趋势,通过“与部分知名跨境电商平台开展合作,专门针对中国中小卖家的场景打造全新的系统和产品,强化全球收付款渠道能力,开始为中小企业卖家提供跨境+人民币跨境、快速收款+实时付款的综合跨境支付解决方案。”这是拉卡拉未来又一个值得期待的业务。

2018年10月份以来,拉卡拉分别与VISA、MasterCard、Discover、American Express签署合作协议,正式成为四大国际卡组织成员机构,开展收单业务合作,成为第三方支付机构中全面与国际卡组织合作的少数机构之一。

拉卡拉上市之后的资本动作也开始显现,而其投资方向也与其进军产业互联网的方向相关。8月9日,拉卡拉发布的《第二届董事会第十四次会议决议公告》中显示,公司将以2亿元人民币收购、认缴江苏干米网络科技有限公司32.79%的股份,全面发力金融科技、信息科技以及电子商务等商户经营服务。同时,半年报显示,2019年上半年拉卡拉支付研发费用为1.45亿元,同比增长3.29%。

拉卡拉表示,下半年是公司升级为战略4.0的深化和投入之年,将继续加强与中国银联、网联、商业银行以及支付宝、微信等账户机构的合作关系,深入发挥公司作为四大国际卡组织成员机构的优势,积极整合市场上合规经营的四方机构,收单外包机构、SaaS服务商等机构,共同建设银行卡及扫码受理市场,扩大商户规模,并逐步为商户提供金融科技、电商科技和信息科技服务,全维度为商户的经营赋能,帮助商户拥抱移动互联网、拥抱新零售,帮助商户做生意。

## 京汉股份控股股东 倡议员工增持股票

□本报记者 崔小粟

京汉股份8月15日晚间公告,公司于当日收到公司控股股东京汉控股、实际控制人田汉提交的《关于鼓励员工增持上市公司股票的倡议书》。基于对公司未来业绩、战略转型以及对管理团队信心,京汉控股、田汉倡议在坚持自愿、合规的前提下,鼓励员工及其全资子公司、控股子公司全体员工积极买入公司股票。

京汉控股、田汉承诺,在8月19日至9月2日期间完成净买入公司股票,连续持有12个月以上且期间在公司连续履职的公司及全资子公司、控股子公司员工,若因在前述期间增持公司股票收益不足8%的(税前,年化收益按照8%计算),京汉控股、田汉将以自有资金予以全额补偿。

截至公告日,京汉控股持有公司股份约3.3660亿股,占公司总股本的43.03%,京汉控股累计质押的股份数为3.3454亿股,占公司总股本的42.76%。目前暂未收到京汉控股股份质押到期无法偿还资金的风险提示,暂未收到京汉控股可能引发平仓或被强制平仓的风险提示。

# 阿里巴巴2020财年开门红

2019年1月1日至今,半年增长5600万。

“阿里巴巴收获了一个出色的季度,用户基础继续扩大,年度活跃消费者达6.74亿。”阿里巴巴集团首席执行官张勇说,“我们将继续扩大消费者基础,提升运营效率,实现快速增长。基于核心商业的强劲现金流,我们将在技术上持续投入,让全球数百万企业实现数字化转型。”

财报显示,本季度,超70%的中国零售平

台年度活跃消费者增长来自下沉市场。天猫6月16日第一个小时成交就达到去年“618”期间的全天业绩;4700个“百万爆款团”、180个“千万爆款团”在聚划算诞生,随着菜鸟智能物流骨干网的提速,全国354个城市享受到包裹“当日达”。截至6月30日,盒马鲜生已开店150家。

包括星巴克、欧莱雅、耐克等行业龙头,以及全国各个产业带的中小企业,均将阿里巴巴

视为增长的主要阵地。财报显示,此次天猫“618”,超120个品牌成交破亿元。据此前公布的数据,聚划算旗下天天特卖为产业带商家带来4.66亿笔订单,至少有上百个产业带的新品牌销售业绩快速爆发,与大牌同台竞争。目前,超过一半的中国A股上市公司和80%中国科技企业在使用阿里云的服务。企业上云后IT综合成本可下降一半,稳定性可提升10倍以上,安全性可提升50倍。