

万科去年净利润增长33.4%

将打造城乡建设与生活服务商

□本报记者 王兴亮

3月26日,万科发布2017年度报告,期内实现营业收入2429亿元,同比增长1.01%;实现归属于上市公司股东的净利润280.5亿元,同比增长33.4%。公司拟每10股拟派9.0元(含税)现金股息。值得注意的是,万科首次提出将战略定位升级为“城乡建设与生活服务商”。

销售额增长45.3%

年报显示,2017年万科实现销售面积3595.2万平方米,同比增长30%;销售金额5299亿元,同比增长45.3%;实现营业收入2429亿元,实现归属于上市公司股东的净利润280.5亿元,增长33.4%。

万科在全国商品房市场的份额进一步提升,达3.96%,较2016年上升0.86个百分点。在公司进入的76个境内城市中,万科在22个城市销售金额超百亿元;在37个城市销售排名位列当地前三。其中,22个城市销售排名第一。

2017年,万科实现结算面积1980.5万平方米,结算金额2330.1亿元。销售规模远高于结算规模。截至2017年底,万科已售未结资源大幅上升,合并报表范围已售未结面积2962.5万平方米,同比增长30%;已售未结金



视觉中国图片

额4143.2亿元,同比增长48.9%。

同时,万科在年报中提出将战略定位进一步迭代升级为“城乡建设与生活服务商”,并具体细化为四个角色:美好生活场景师、实体经济生力军、创新探索试验田、和谐生态建设者。而在2014年,万科将“三好住宅供应商”的定位延展为“城市配套服务商”。

对于进行战略升级的原因,万科在年报

中解释称,经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段。企业须顺应这个变化调整动作。

租赁住宅逾10万间

面对房地产行业调控和融资收紧的大环境,万科持续强化资金管控。2017年,万科实现经营性现金净流入823.2亿元,同比增长108%;截至2017年底,持有货币资金1741.2

亿元,远高于短期借款和一年内到期的长期借款的总和622.7亿元。

截至2017年底,万科净负债率为8.8%,继续保持行业较低水平。

在巩固房地产业务优势的基础上,万科各项新动能业务不断发展壮大。

在租赁住宅领域,万科整合形成了集中式长租公寓品牌“泊寓”。截至2017年底,泊寓累计获取房间数超10万间,累计开业超3万间,覆盖29个一、二线城市。同时,万科启动“万村计划”,参与城中村综合整治和经营,并与深圳人才安居集团战略携手,在人才住房和社会租赁住房的开发建设、房屋租赁、装饰装修、物业管理等方面展开合作。

在商业地产领域,万科以印力集团为商业地产运营管理平台。截至2017年底,总管理项目172个,总建面超1000万平方米。

在物流仓储领域,目前万科累计获取项目62个,总建筑面积482万平方米,稳定运营项目平均出租率达到96%。此外,万科在2017年联合中银集团投资有限公司、厚朴、高瓴资本、SMG组成财团,参与完成全球领先的现代物流设施提供商普洛斯私有化。

万科在冰雪度假、养老、教育及其他业务方面也进行了积极探索。截至2017年底,万科在15个城市布局了养老业务,获取项目约170个;在全国参与运营超过10所学校。

恒大集团去年净利润增110.3%

□本报记者 董添

恒大集团3月26日发布2017年年报。报告期内,公司实现营业收入3110.2亿元,同比增长47.1%;实现净利润370.5亿元,同比增长110.3%。多个指标位列行业第一。恒大集团董事长许家印在业绩发布会上首次提出“新恒大”概念,将2018年作为“新起点、新战略、新蓝图”的开局之年,预计到2020年底实现总资产3万亿元,年销售规模达8000亿元。

三项费用均下降

2017年,恒大集团实现合约销售金额5010亿元,合约销售面积5030万平方米;合约销售均价为9960元/平方米。2018年合约销售

目标为5500亿元,1—2月已经完成1125亿元,占比20.5%。

土地储备方面,2017年集团总土地储备为3.12亿平方米,土储原值5336亿元,平均楼面地价1711元/平方米。2017年新增土地储备面积1.26亿平方米。其中,收并购取得7131万平方米,占比57%。

恒大集团总裁夏海钧在业绩发布会上表示,公司2017年新增土地面积大部分由并购小企业得来,房地产行业集中度进一步提升。2017年,公司由规模型向规模效益型模式转变,高质量增长初见成效。

报告期内,恒大集团三项费用均有所下降。2017年,公司销售费用占合约销售金额的3.4%,较2016年的4.3%下降0.9个百分点;管理

费用占合约销售金额的2.4%,较2016年的2.6%下降0.2个百分点;财务费用占合约销售金额的1.6%,较2016年的3%下降1.4个百分点。报告期内,公司采用统一规划、统一招标、统一配送的标准化运营模式。同时,多渠道融资综合成本较低,相比小型房产企业优势明显。

构建“新恒大”

对于此次提出的“新恒大”概念,许家印表示,“新恒大”对应三个层面,新起点、新战略、新蓝图。其中,新起点是指公司注重质量发展策略;新战略指实施“规模+效益”模式,将低负债、低杠杆、低成本、高周转相结合。同时,积极探索高科技产业,逐渐形成以民生地产为基础,文化旅游、健康养生为两翼,高科技产业

多地推行县级楼市调控

□本报记者 江钰铃

1月以来,多地出台相关文件,要求适时分区县推行楼市调控。业内人士表示,县级楼市调控须坚持楼市调控总体基调,遏制投机炒房,同时要关注区域内的去库存情况,因地制宜,一县一策。

因县施策

安徽省阜南县近日出台楼市限购限售调控措施,对拥有三套及以上住房的本县户籍居民家庭和拥有二套及以上住房的非本县户籍居民家庭暂停销售新建商品住房。同时,由县人民银行牵头协调各商业银行,依据有关金融信贷政策,制定相应措施,对购买第二套、第三

套住房的家庭,加强购房信贷管控力度,扶持刚性购房需求,限制投资、投机性购房。

易居研究院智库中心研究总监严跃进表示,当前一些县级银行也在积极执行此类新的政策内容,以有效把控信贷资源,同时有效促进房地产市场的稳定。

近日,郑州市召开相关会议,强调2018年将坚决遏制投机炒房,并结合实际实施市区分区区域精准调控。山东、江西等地则于今年首次提出,房价上涨压力大的县市限制住房转让,并适时采取认房认贷、限贷、限购等措施。

业内人士表示,2017年,以北京实施的“3·17”调控为起始,环京区域以及环雄安新区区域的涞水、任丘、霸州等多个县级市出台了限

购限售措施。随后各地出台的楼市调控政策,多以地级市出台下辖县市的调控政策为主。

2017年12月,住建部负责人在全国住房城乡建设工作会议上表示,2018年将针对各类需求实行差别化调控政策,满足首套刚需,支持改善需求,遏制投机炒房。“按照监管部门的总体要求。2018年,或许会有更多县级调控政策出台。”一位房地产分析人士对中国证券报记者表示。

关注去库存

同时,部分地区在对县级楼市的调控方面关注去库存。

大同市近日出台对区县楼市调控的总体原则,要求认真落实差别化住房信贷政策,加

大对居民合理住房消费的支持力度。大同市规定,居民家庭首次购买普通住房的商业性个人住房贷款,最低首付款比例下调至20%;为改善居住条件再次申请商业性个人住房贷款购买普通住房,最低首付款比例调整为不低于30%,并规定了相关税费优惠措施。

全国住房城乡建设工作会议强调,2018年,库存仍然较多的部分三、四线城市和县城要继续做好去库存工作。

梳理发现,多地从土地出让和房企分类管理方面加强去库存力度。大同市要求,各县要结合“十三五”城镇住房发展规划,科学确定商品住房及其他房地产用地的供应总量和结构,合理控制用地供应规模、布局和节奏。

中国人保推进集团一体化

□本报实习记者 王凯文

3月26日,中国人民保险集团股份有限公司举行2017年度业绩发布会。人保集团相关负责人表示,将继续深化资源整合,各板块协同发展,形成统一信息平台,推进集团一体化。

2018年,中国人保将以五方面高质量发展

转型。首先,将做优主业,做精专业。转变发展方式、优化业务结构。

其次,将立足保障,回归本源,服务实体经济,推动形成“大农险”;建立集团养老健康产业链;将服务“一带一路”、雄安新区等与集团发展结合;发展绿色金融、绿色保险。

第三,继续深化资源整合,各板块协同发展,形成统一信息平台,推进集团一体化。

第四,以创新驱动发展,立足于专业化、差异化、精细化,构建机制与文化,加强人才队伍

和激励机制建设,提高效率。

第五,做好风险防范,围绕合规风险、现金流风险、交易对手风险等主要风险点,强化内控合规体系建设、资产负债匹配管理,切实防范化解重大风险。

2017年,中国人民保险集团总保费收入

4764.5亿元,同比增长8.3%;财产险、寿险分别实现总保费收入3509亿元和1063亿元。集团合并净利润为230.5亿元,同比增长11.5%。总投资收益率为5.9%。

集团总资产近万亿元,较年初增长6%;合并净资产1868.8亿元,较年初增长9.3%;综合偿付能力充足率299%,较年初提升15个百分点。

船,完善内贸集装箱物流服务网络。同时,进一步提高与铁路运输的衔接能力,扩大“海铁联运”服务范围。

目前,安通控股已搭建超过130条经济、稳定、高效的海铁联运通道。其中包括服务于“北粮南运”、“中蒙俄经济走廊”等多个精品海铁联运项目,规模效应逐步显现。同时,安通控股围绕“多式联运+”模式对产品和服务展开多维度升级,在国际物流、冷链物流、驻厂物流等综合物流能力方面形成差异化的竞争优势。

郭东圣表示,“一带一路”倡议为海铁联运的国际物流业务带来巨大需求。安通控股为此加大力度搭建“海、公、铁”多式联运网络。

有行业人士表示,多式联运是系统工程,在水、铁、公等多种运输服务方式均已发展成熟的基础上才能形成。“安通控股在补齐铁路运输短板的同时,努力打造效率高效、结构合理、绿色环保的运输船队,延续传统‘海运’优势,形成立体化运输格局。”郭东圣说。

鞍钢股份去年净利增247%

□本报记者 董添

鞍钢股份3月26日晚间公布2017年年报。公司全年实现营业收入843.1亿元,增长45.66%;利润总额54.8亿元,同比增长238.27%;归属于公司股东的净利润56.05亿元,同比增长246.84%。公司拟每10股派发现金红利2.32元。

报告期内,公司提升规模效益,生产管控能力增强。2017年公司抓住市场有利时机,优化排产,全力发挥轧线产能,提升钢材产量规模效益。报告期内生产铁2207.57万吨,同比增长1.11%;钢2259.74万吨,同比增长3.57%;钢材2068.01万吨,同比增长4.14%;销售钢材2077.86万吨,同比增长4.19%,实现钢材产销率100.48%。

双汇发展拟每10股派现11元

□本报记者 董添

双汇发展3月26日晚间发布年报。2017年,公司实现营业收入504.47亿元,同比下降2.65%;实现归属于上市公司股东的净利润43.19亿元,同比下降1.95%。公司拟向全体股东每10股派发现金红利11元(含税)。

公告显示,2017年全球经济继续复苏,中国经济稳中向好,产业结构持续调整,市场消费稳定增长。面对较为复杂的内外部形势,公司坚持“调结构、扩网络、促转型、上规模”的战略方针,肉类外销量同比实现正增长,收入、利润同比略有下降。

报告期内,屠宰生猪1426.96万头,同比上升15.54%;鲜冻肉及肉制品外销量310.29万吨,同比增长4.58%。公司表示,2018年将向消费和服务驱动型经济转型,供给侧结构性改革有力推进,产业结构不断优化。

天润乳业拟每10股转10股派2.9元

□本报记者 崔小粟

天润乳业3月26日晚发布年度报告。公司2017年实现营业收入12.40亿元,同比增长41.71%;归属于上市公司股东的净利润为9913万元,同比增长26.64%。报告期内,公司积极开拓市场,加大新产品的研发力度,销量较上年同期增长。同时,公司拟每10股转增10股派2.9元。

公告显示,2017年,公司以产业协同发展为基础思路,坚持产业联动、融合发展的原则,带动种植养殖、乳品生产、市场服务三大产业结构的调整。其中,公司乳业板块旗下纳入天润科技和沙湾盖瑞两家乳品生产企业。乳业板块充分发挥天山北坡黄金奶源的优势,目前拥有天澳牧业、沙湾天润和天润烽火台三家奶牛养殖企业,奶牛养殖规模约为1.58万头。2018年,公司计划实现产品销量15万吨;预计实现营业收入14亿元(合并报表)。

玩具行业发展潜力大

□本报记者 万宇

实丰文化近日发布2017年年报,另有4家玩具公司发布了业绩快报。其中,仅实丰文化和高乐股份净利润实现增长。业内人士表示,二孩政策、第四次婴儿潮红利逐渐释放,居民消费能力增加,玩具行业内外需均有望保持增长。

去年业绩不佳

数据显示,2017年玩具出口441.5亿美元,同比增长31.2%。其中,传统玩具出口金额239.61亿美元,同比增长30.4%。全球玩具市场上销售的产品超过70%由中国制造。玩具行业主营业务收入达2357.1亿元,同比增长8.5%;利润总额达到127.8亿元,同比增长8.8%。

不过,玩具上市公司业绩不尽如人意。3月24日,实丰文化公布了2017年年度报告。这是A股玩具上市公司的首份年报,另有4家玩具上市公司发布了业绩快报。其中,实丰文化和高乐股份实现归属于上市公司股东的净利润分别为4339.88万元和5324.74万元,同比分别增长8.29%、25.15%;星辉娱乐和奥飞娱乐实现归属于上市公司股东的净利润分别为23184.87万元和8237.18万元,净利润均出现下滑,而群兴玩具则出现了亏损。

实丰文化在年报中表示,2017年玩具行业制造成本不断上升,各类原材料成本较2016年有所上升。同时,玩具行业市场竞争加剧,且同质化较为严重。

行业前景看好

广东省玩具协会会长李卓明表示,从外需和内需两个方面看,今年玩具行业均有望保持良好增长势头。根据海关总署统计数据,今年前两月,中国玩具出口212.7亿元,同比增长28.9%,形势乐观。

内需方面,李卓明表示,中国长期位列世界第二大玩具消费国,尤其是2015年二孩政策的实施以及第四次婴儿潮的红利,消费潜力巨大。“玩具市场发展空间依然较大,国产玩具以其性价比优势,将逐步实现对海外进口玩具产品的替代。”广东某玩具上市公司负责人对中国证券报记者表示,“同时,体验式、参与式需求增加,线下亲子游乐园门店扩容刺激玩具的销售。”

广证恒生指出,国内龙头玩具企业作为后起之秀,与海外巨头相比毫不逊色。在国内玩具市场,本土玩具企业机会更多。品牌和IP运营能力优秀的玩具企业的具备更强的竞争力,IP与玩具等衍生品有机结合成为企业保持长期竞争力的核心要素。