

42家房企上半年净利润增逾两成



新华社图片

收缩“战线”

多家房企上半年房地产销售毛利率下滑明显，而物业出租管理等其他非地产开发销售业务毛利率明显好于房地产主业。有的房企收缩了房地产开发销售业务。

半年报显示，天保基建实现营业收入1.05亿元，归属于母公司的净利润为-1亿元。公司表示，这是在售项目未满足结转收入条件所致。上半年，公司房地产销售业务占营业收入的比重降至53.47%，上年同期为90.87%。物业出租业务则由2020年上半年的

5.71%上升为27.78%，物业管理业务由3.42%上升为18.75%。房地产销售业务毛利率为56.53%，相比上年同期的67.72%下降11.19个百分点。另外，物业出租毛利率同比上涨，物业管理毛利率小幅下滑。

部分公司房地产业务营业成本增幅大于营业收入增幅，毛利率下降明显。以荣盛发展为例，2021年上半年，公司房地产业务毛利率为23.29%，比上年同期下降9.09个百分点。报告期内，公司房地产业务营业收入同比增长

39.49%，营业成本同比增长58.23%。营业收入为342.23亿元，同比增长30.85%；归属于上市公司股东的净利润为25.33亿元，同比下降14.02%。上半年，公司实现签约金额599.22亿元、签约面积516.71万平方米，同比分别增长24.26%、19%，完成年度签约计划的46.09%。

中原地产首席分析师张大伟对中国证券报记者表示，土地价格及融资成本上涨，而房价受限，导致开发商利润率降低。

抓销售促回款

解客户需求，将信息及时反馈、及时整合，反哺至产品前端，持续改善产品和服务。

2021年上半年，阳光城全口径销售金额达1013.14亿元，同比增长1256%；权益销售金额648.8亿元，同比增长1192%。公司当期实现结算营业收入299.32亿元，同比增长24.1%；合并归属于上市公司股东

净利润19.94亿元，同比增长17.08%。

业内人士指出，“两集中”政策考验企业的综合运营能力，充裕的在手现金无疑是房企面对行业新趋势的决定性因素。部分企业的潜在风险引起评级机构的关注。在此背景下，抓销售、促回款成为房企的共识。

土地市场分化

土地市场出让节奏调整，市场热度继续分化。同时，房地产金融调控机制进一步完善，监管力度进一步加强。

有房企指出，在一系列长效机制调

控作用下，房地产市场平稳运行，行业百强房企销售业绩稳定增长。部分一二线城市和三四线城市热度有所上升，非热点地区的城市以价换量现象较为普遍。

Wind数据显示，截至8月25日晚19时，A股42家房企披露了2021年半年报，合计实现营业收入5759.78亿元，同比增长32.45%；归属于上市公司股东的净利润为375.86亿元，同比增长20.13%。销售毛利率均值为25.39%，而上年同期为29.59%。

● 本报记者 董添

小米集团拟收购自动驾驶技术公司深动科技

二季度净利润增长87.4%

● 本报记者 杨洁

8月25日晚，小米集团发布2021年第二季度业绩。小米集团二季度总营收达878亿元，同比增长64.0%；利润为83亿元，同比增长83.9%；经调整的净利润为63亿元，同比增长87.4%。小米集团表示，二季度总收入、经调整的净利润均创单季历史新高，远超市场预期。二季度毛利率达17.3%。

小米集团同时宣布，以对价约7737万美元收购自动驾驶技术创业公司深动科技。

业务表现强劲

2021年第二季度，小米集团智能手机全球出货量为5290万台，智能手机业务收入达591亿元，同比增长86.8%；在集团总营收中占比67.3%，同比提升8.2个百分点。

据Canalys统计，2021年二季度，小米全球智能手机出货量排名晋升第二，市占率16.7%。小米集团持续发力高端市场。2021年上半年，小米集团定价3000元人民币或以上及300欧元及以上的智能手机出货量超过1200万台，超过去年约1000万台的总量。由此，小米集团智能手机业务的毛利率由2020年二季度的7.2%增加至2021年二季度的11.8%，但环比2021年第一季度智能手机12.9%的毛利率有所下降，主要由于该季度“618”活动促销力度增强。

IoT与生活消费产品业务继续表现强劲，二季度实现收入207亿元，同比增长35.9%。小米集团表示，主要由于智能电视、空调及电动滑板车等IoT产品销售增长强劲。二季度，小米集团的智能电视及笔记本电脑的销售收入达60亿元，同比增长25%，智能电视全球出货量超过250万台。根据奥维云网的统计，小米电视在内地的出货量连续十个季度稳居第一，全球电视出货量稳居前



视觉中国图片

五。二季度，IoT与生活消费产品业务的毛利率为13.2%。

值得注意的是，截至2021年6月30日，小米的AIoT平台已连接的设备数（不包括智能手机及笔记本电脑）达到3.75亿，同比增长34.0%。同时，拥有五件及以上连接至AIoT平台的设备（不包括智能手机及笔记本电脑）的用户达到740万，同比增长44.5%。2021年6月，小米集团人工智能助理“小爱同学”的月活跃用户数首次突破1亿达到1.02亿，米家APP的月活跃用户数同比增长38.6%，达到5650万。

小米集团的互联网服务业务稳步发展。二季度，互联网服务收入达到70亿元，创历史新高，同比增长19.1%，主要由于广告业务收入增加。二季度，小米集团的广告业务收入创历史新高，达到45亿元，同比增长46.2%，连续5个季度环比增长。二季度，互联网服务

业务毛利率达到74.1%。

境外收入创新高

2021年第二季度，小米集团在境外市场保持强势增长趋势，在全球主要市场的业务持续取得突破，境外市场收入创历史新高，达到436亿元，同比增长81.6%，占总收入的49.7%。

根据Canalys数据，2021年第二季度，小米集团在全球65个市场市占率排名前五，在22个市场排名第一，其中在10个市场首次排名第一。小米集团在欧洲地区智能手机市场占有率首次达到第一名，达到28.5%。其中，在西欧地区手机市占率达到22.2%，稳居前3名；在中东欧地区，连续3个季度维持市占率第一，市场份额达到36.4%。

小米集团创始人、董事长兼CEO雷军

指出，小米要站稳智能手机市场全球第二，目标是三年内登顶智能手机市场全球第一。

财报显示，二季度小米集团销售及推广开支达到57亿元，比2020年第二季度的32亿元大幅增长76.2%。小米集团表示，主要由于宣传与广告开支以及包装与运输开支上升。2021年二季度，小米集团的宣传与广告开支为21亿元，同比增长95.2%。

研发开支有所增加。由于研发人员薪酬增加及研发项目增加，二季度小米集团的研发支出达31亿元，同比增长56.5%。

拟并购自动驾驶技术公司

8月25日晚，小米集团在发布季度业绩的同时公布了有关造车事项的最新进展。小米集团宣布，拟以总交易对价约7737万美元收购自动驾驶技术公司深动科技。其中，2440万美元将以现金偿付，其余则发行股份支付。交易完成后，深动科技将成为小米全资附属公司。

根据公告，小米集团以1490万美元现金收购深动科技28.84%优先股股权，再以6247万美元收购深动科技的71.16%普通股股权，以现金及股份偿付。

深动科技是一家自动驾驶技术公司，专注于提供高级驾驶辅助系统（ADAS）的感知、定位、规划及控制的算法，以及自动驾驶应用的全套软件解决方案。2020年，深动科技税后亏损1191.4万元；截至2020年12月31日，合并资产总额为1270万元。

小米集团表示，深动科技拥有较强的技术储备和研发能力，为高级辅助驾驶系统（ADAS）和自动驾驶应用提供包括感知、定位、规划和控制在内的全套解决方案，能够增强公司在智能电动汽车业务上的核心技术能力。

快手二季度营收同比增长近49%

● 本报记者 于蒙蒙

8月25日，快手发布2021年第二季度及中期业绩。快手二季度营收达191.4亿元，同比增长48.8%，在线营销、直播及其他服务收入均超预期；二季度实际毛利润为84亿元，同比增长89%。

业内人士指出，二季度快手业绩表现符合市场预期，在高基数情况下用户时长继续增长是亮点，用户黏性较强。

用户活跃度进一步提升

快手的用户参与度和活跃度进一步提升。二季度，快手的平均日活跃用户达2.93亿，同比增长11.9%。活跃用户日均使用时长首次超过100分钟。上半年，快手的平均日活用户为2.94亿。

天风证券传媒互联网首席分析师文浩指出，快手以多种产品形态适应不同用户需求，提升用户黏性。在海外市场，6月份的月活跃用户已超过1.8亿，南美、东南亚及中东地区均为公司拓展重点。

7月2日，快手宣布调整组织架构。文浩认为，本次调整有利于打通用户体系和产品体系，提升渠道效率。

营销服务增速亮眼

从收入贡献比例看，快手线上营销服务占比52.1%，直播业务占比37.6%，其他服务占比10.3%。

二季度，线上营销服务收入较去年同期的39亿元劲增156.2%至100亿元，连续两个季度对总收入贡献过半。其中，“品牌效应”进一步增强，品牌广告收入超越线上营销服务收入的同比增幅，来自美妆、日化、服饰、食品饮料、汽车等行业大量头部客户通过快手进行品牌推广。

东北证券传媒行业首席分析师宋雨翔告诉中国证券报记者，营销服务迅猛增长依靠的是流量增长（时长拉升）和提价。

二季度，快手进一步升级电商策略，收入同比增长212.9%至20亿元。电商交易总额达到1454亿元，较去年同期增长100%。此外，快手小店作为快手电商业务的闭环模式，对电商交易总额的贡献率持续提升，从2020年同期的66.4%，增长至二季度的90.7%。

值得注意的是，快手仍在不断加码电商业务。今年7月22日，快手电商负责人笑古提出，2021年快手电商将聚集信任电商、品牌、服务商三大领域。同时，推出“造风者计划”，打造100家年GMV（电商交易总额）达10亿元的服务商生态伙伴和200家GMV过亿元的服务商生态伙伴。快手投资部将准备十亿级生态基金用于投资此计划。

随着在线营销与电商业务扩充，快手二季度毛利达84亿元，毛利率由去年同期的34.5%增至43.8%。

宋雨翔直言，快手的广告、电商、直播业绩符合预期。而北京某券商传媒分析师吕楠（化名）告诉中国证券报记者，快手的收入结构逐渐优化。随着快手社区文化的不断深入，广告和电商业务的发展潜力较大。全球化是快手未来的一个新成长点，公司在海外市场快速发展，商业化值得期待。

内容创作者数量持续增长

快手从短视频平台起步，逐渐发展成为涵盖美食、体育、知识、短剧等领域的生态。财报数据显示，随着奥运、CBA等版权内容引入，快手体育通过赛事转播、融合短视频+直播的体育内容等模式，不断创造新的互动体验。

二季度，快手直播用户的参与度持续提高。直播板块二季度收入72亿，较一季度基本持平。截至今年6月30日，快手合作的公会数量较截至2020年6月30日增长近400%。

快手方面指出，通过精细化的流量算法，在公域为用户提供短视频之外的其他内容，比如优质的直播和电商内容，帮用户发现更多有趣、有意义以及有用的内容，增强平台对于内容创作者的吸引力。二季度，优质内容创作者数量持续增长。

迈瑞医疗上半年实现净利43.44亿元

● 本报记者 齐金钊

8月25日晚间，迈瑞医疗发布2021年半年报。报告期内，迈瑞医疗实现营业收入127.78亿元，同比增长20.96%；归属于上市公司股东净利润为43.44亿元，同比增长25.79%。公司同时公告，拟斥资10亿元回购公司股份，回购价格不超过400元/股。迈瑞医疗表示，上半年生命信息与支持业务稳定增长，体外诊断业务和医学影像业务恢复增长。

上半年，迈瑞医疗三大业务继续保持增长态势。其中，生命信息与支持业务实现营业收入60.21亿元，同比增长12.68%。体外诊断业务和医学影像业务营业收入分别为39.62亿元和26.71亿元，同比分别增长30.76%和26.87%。

智慧医疗方面，迈瑞医疗继续丰富“瑞智联”IT解决方案，构建设备全数数据库，与临床数据库互补并有机结合，助力大数据科研；继续开发“瑞影云++”影像云平台的应用场景，助力提升诊疗水平；创新推出了“迈瑞智检”实验室IT方案，实现医学实验室全流程物联网联动以及一站式解决管理难题等。

报告期内，迈瑞医疗继续保证高研发投入，上半年研发投入11.65亿元，同比增长16.02%，产品不断丰富，持续推陈出新，尤其在高端领域不断实现突破。截至今年6月30日，迈瑞医疗共计授权专利3251件，其中发明专利授权1566件。