

合计拟派现金额近150亿元 三季报分红创新高

视觉中国图片

截至10月30日19时,今年三季报计划现金分红的上市公司已达45家,合计拟派现金额147.16亿元,创历史新高。与往年不同,今年三季报计划现金分红的上市公司数量明显增多。

业内人士表示,政策鼓励企业长期稳定分红。上市公司在取得优异经营业绩的同时,通过现金分红回馈投资者,可以提升投资者的获得感以及企业的吸引力。低估值、高分红赛道值得关注。

● 本报记者 彭思雨

季度分红公司增多

除了半年度以及年度分红派息,越来越多的上市公司重视季度分红派息。Wind数据显示,今年三季报计划现金分红的A股上市公司已达45家,合计拟派现金额147.16亿元。计划现金分红的公司数量较去年同期增加13家;拟派现金额较去年同期的102.92亿元增长近43%。三季报计划分红的上市公司数量和拟派现金额均创历史新高。

分板块看,“双创”较主板分红规模更胜一筹。科创板和创业板上市公司三季报拟派现金额占A股公司拟派现金额的66%。从行业看,机械设备、通信、纺织、金属与非金属制品、生物医药等领域计划分红的公司较多。

上市公司分红派息热情持续升温。中国上市公司协会(简称“中上协”)统计数据,已有170家上市公司公布一季报、半年度现金分红预案,较去年同期增加60家,合计现金分红2063亿元。分红公司整体股利支付率41.36%。

中上协发布的报告显示,2022年,上市公司各报告期分红总额达2.13万亿元,首次突破2万亿元。这是继2017年分红总额首次破万亿元后新的里程碑。从分红比例看,2022年平均股利支付率34.12%,较3年前、5年前分别提升近2个和3个百分点。

中金公司分析师认为,分红水平提升,一定程度上有助于上市公司抬升净资产收益率并支撑估值,分红频次提高有助于上市公司及时回馈投资者,提升投资者的获得感。

大手笔分红底气足

迈瑞医疗、传音控股和大华股份三季报拟派现规模居前。迈瑞医疗计划向全体股东每10股派发现金43元(含税),拟派现金额52.13亿元;传音控股计划每10股派发现金30元(含税),拟派现金额24.20亿元;大华股份向全体股东每10股派发现金3.10元(含税),拟派现金额10.16亿元。

上市公司大手笔分红的底气来自优异的业绩。传音控股今年以来不断开拓新兴市场,前三季度产品出货量显著增长。传音控股2023年三季报显示,公司三季度实现营业收入179.93亿元,同比增长39.23%;实现扣非后归母净利润17.34亿元,同比大增189.97%。传音控股利润分配预案显示,截至9月30日,母公司可供分配利润为48.71亿元(未经审计)。

大华股份三季报显示,公司今年三季度实现扣非后归母净利润6.48亿元,同比增长97.31%;前三季度实现扣非后归母净利润24.02亿元,同比增长51.68%。大华股份利润分配预案显示,截至9月30日,母公司实际可供股东分配的利润为198.34亿元(未经审计)。大华股份表示,公司全年营收增速逐季上行的趋势基本确立。

迈瑞医疗第三季度实现归母净利润33.92亿元,同比增长20.52%;前三季度实现归母净利润98.34亿元,同比增长21.38%。利润分配预案显示,截至9月30日,迈瑞医疗母公司报表可供股东分配的利润为282.95亿元(未经审计)。

此外,江中药业、大族数控、高测股份、联发股份等上市公司三季度均实现业绩高速增长,拟派发现金分红回报投资者。

推动长期稳定分红

为进一步健全上市公司常态化分红机制,引导上市公司进一步提高分红水平、增加分红频次、规范分红行为,证监会近期对《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》和《上市公司章程指引》现金分红相关条款进行了修订并向社会公开征求意见。同时,沪深交易所按照证监会的统一部署,针对相关监管指引中涉及现金分红的条款进行修订,并向社会公开征求意见。本次拟修订主要包括三个方面:一是进一步明确鼓励现金分红导向,推动提高分红水平。对不分红的公司加强披露要求等制度约束督促分红。二是简化中期分红程序,推动进一步优化分红方式和节奏。鼓励公司在条件允许的情况下增加分红频次。三是加强对异常高比例分红的约束,引导合理分红。

中金公司表示,持续且稳定的分红不仅是上市公司回报股东的主要方式,同时也是优化企业资本结构、提高资产使用效率的重要手段。完善上市公司常态化分红机制将引导上市公司更加重视投资者回报,优化股东回报机制,有助于资本市场高质量发展。

2.13 万亿元

中上协发布的报告显示,2022年,上市公司各报告期分红总额达2.13万亿元,首次突破2万亿元。

文旅餐饮市场火热 上市公司业绩强势修复

● 本报记者 段芳媛 见习记者 杨梓岩

伴随旅游、餐饮行业火热复苏,相关上市公司三季报业绩整体表现亮眼。九华旅游、丽江股份等文旅企业前三季度业绩大幅增长或扭亏为盈,全聚德、金陵饭店等餐饮企业前三季度业绩强势修复。

消费市场持续回暖。中国证券报记者日前实地走访多个商圈发现,不少餐厅门外大排长龙,餐厅内座无虚席。在一家自助火锅店,就餐的张先生告诉记者:“这家店几乎天天爆满,每次来都要排队。”

行业复苏势头强劲

10月27日,文化和旅游部发布的2023年前三季度国内旅游统计报告显示,今年前三季度,国内旅游总人次达到36.74亿,同比增幅呈现持续扩大趋势。国家统计局数据显示,9月,我国社会消费品零售总额39826亿元,同比增长5.5%;餐饮收入4287亿元,同比增长13.8%。

出游人次增幅持续走高。文旅部数据显示,2023年第一季度,国内旅游总人次12.16亿,同比增长46.5%;2023年第二季度,国内旅游总人次11.68亿,同比增长86.9%;2023年第三季度,国内旅游总人次12.90亿,同比增长101.9%。消费额方面,2023年前三季度,居民国内出游总花费369万亿元,比上年增加1.97万亿元,同比增长114.4%。

餐饮消费火热。国家统计局发布的数据显示,今年前三季度,社会消费品零售总额342107亿元,同比增长6.8%;餐饮收入37105亿元,同比增长

18.7%。

中国烹饪协会认为,今年前三季度,全国餐饮收入、限额以上单位餐饮收入增速分别比上年同期上升23.3个、22.8个百分点。值得注意的是,今年前三季度餐饮收入同比增幅领先社会消费品零售总额同比增幅11.9个百分点。

国家统计局副局长盛来运表示,今年经济运行恢复常态,出行大量增加,餐饮火爆,服务消费恢复较快。

上市公司业绩向好

截至记者发稿,已有10余家文旅上市公司前三季度净利润大增或扭亏为盈。九华旅游、丽江股份、祥源文旅等企业前三季度业绩大增,长白山、岭南控股、西藏旅游、峨眉山A、桂林旅游、黄山旅游、三特索道等企业前三季度扭亏为盈。

九华旅游前三季度实现营业收入5.62亿元,同比增长118.44%;实现净利润1.52亿元,同比增长15250%。其中,7月至9月实现净利润4044.44万元,同比增长19.26%。值得注意的是,今年前三季度九华旅游营收和净利双双超越2019年全年数据。2019年,公司实现营业收入5.37亿元,净利润为1.17亿元。

丽江股份前三季度营收约为6.42亿元,净利润约为2.12亿元,同比增长695%。长白山前三季度净利润为1.52亿元,同比增长693.26%。峨眉山A前三季度营收约为8.22亿元,同比增长130.68%;净利润约为2.61亿元,同比增长427.17%。黄山旅游前三季度实现营业收入14.35亿元,同比上升

138.93%;净利润为4.08亿元,同比大幅扭亏。祥源文旅前三季度实现营业收入5.74亿元,同比增长54.79%;净利润为1.32亿元,同比增长237.72%。

对于业绩增长的原因,不少文旅企业表示,2023年以来,旅游市场好转,公司游客接待数量显著提升,经营情况得到极大改善,实现旅游人次和收入“双增长”。

在餐饮行业方面,老字号企业“强者恒强”,业绩表现不俗。

全聚德前三季度实现营业收入10.9亿元,同比增长93.15%;净利润为7174.64万元,同比增长140.90%。全聚德表示,2023年以来,餐饮消费需求大幅释放,餐饮市场明显回升。公司抓住机会抢抓收效,开展以“增誉、增收、增效”为主题的“百日攻坚”行动。

金陵饭店前三季度实现营业收入13.53亿元,同比增长27.09%;净利润为5528.87万元,同比增长83.37%。金陵饭店表示,旅游酒店市场回暖,餐饮、住宿等消费需求增长,公司酒店板块净利润较上年同期大幅增加;同时,下属公司江苏苏糖糖酒食品有限公司净利润较上年同期增加。

文旅餐饮消费热潮延续。今年中秋国庆假期,国内旅游出游人数达8.26亿人次,按可比口径较2019年增长4.1%;实现国内旅游收入7534.3亿元,按可比口径较2019年增长1.5%。

展望四季度,中银证券表示,餐饮服务消费仍具有较大增长空间,餐饮消费有望延续复苏态势。中国旅游研究院院长戴斌认为,随着更多政策利好效应释放以及中秋国庆假期旅游热的催化,今年文旅相关上市公司整体业绩增长空间将较为可观。

出口成增长新引擎 车企前三季业绩整体向好

● 本报记者 李媛媛

前三季度,车企业绩整体向好,但分化明显,头部效应显著。同时,各家车企争相推出新产品,进一步提升产品力,并持续布局海外市场。

头部效应显著

比亚迪前三季度实现营收4222.75亿元,同比增长57.75%;实现归母净利润213.67亿元,同比增长129.47%,营收和净利润同比双双大幅增长。

1—9月,比亚迪新能源汽车累计销量达207.96万辆,同比增长76.23%。比亚迪表示,公司新能源汽车销量持续创下历史新高,稳居全球新能源汽车销量第一。随着行业竞争加剧,公司凭借不断提升的品牌力、持续扩大的规模优势和强大的产业链成本控制能力,盈利持续向好,展现出强大的韧性。

江淮汽车、宇通客车业绩表现亮眼。前三季度,江淮汽车营收为339.21亿元,同比增长23%;归母净利润为1.84亿元,同比扭亏为盈,去年同期亏损7.84亿元。

长城汽车和广汽集团前三季度营收同比增长均超20%,但归母净利润均出现同比大幅下滑。前三季度,长城汽车实现营收1195亿元,同比增长20.13%;实现归母净利润49.95亿元,同比下滑38.79%。长城汽车表示,由于新产品上市,公司加大了品牌及渠道建设投入,同时坚持在新能源及智能化领域投入研发,叠加汇率收益影响,导致报告期净利润低于去年同期。

广汽集团前三季度增收不增利,实现营收976.56亿元,同比增长

22.11%;归母净利润为45.1亿元,同比下降44.05%。广汽集团表示,报告期内合营企业汽车销量同比下滑、盈利下降,导致公司净利润同比减少。

赛力斯和北汽蓝谷亏损收窄。前三季度赛力斯净亏损22.94亿元,去年同期亏损26.75亿元;第三季度实现经营活动产生的现金流量净额为21.85亿元,同比增长147.59%。赛力斯表示,赛力斯汽车新款产品AITO问界M7系列车型于9月中下旬发布及交付。随着公司新产品的逐渐交付,公司的营业收入有望明显增长。同时,随着公司产品订单交付量持续增加,公司经营活动产生的现金流量净额有望得到持续改善。

丰富产品矩阵

部分车企第三季度表现亮眼。比亚迪第三季度实现营收1621.5亿元,同比增长38.49%;归母净利润为104.13亿元,同比增长82.16%。

第三季度,新能源汽车行业延续良好增长势头。比亚迪在多个细分市场落地子品牌,不断推出新产品,丰富产品矩阵,助推销量增长。

第三季度,长城汽车实现营收495.32亿元,同比增长32.63%;归母净利润为36.34亿元,同比增长41.94%。对于第三季度业绩增长的原因,长城汽车表示,公司全面向新能源、智能化、全球化转型,车型结构持续优化,整车盈利能力及销量持续提升。

部分车企将持续推出新能源车型。今年第四季度及2024年,长城汽车将进一步推出哈弗新枭龙MAX、魏牌全新尺寸旗舰级SUV、蓝山高阶智驾版本等十余款全新车型,持续提升

产品竞争力。

赛力斯的新一代产品矩阵持续丰富,AITO问界M5智驾版、AITO问界新M7系列相继上市。此外,全景智慧旗舰SUV问界M9将于12月上市,目前预订已超1.5万辆。

上汽集团表示,国内汽车市场恢复步伐进一步加快,四季度整体市场有望实现同、环比两位数的快速增长。公司自主和合资品牌一系列重磅产品将集中发力,第四季度力争取得更优的经营表现。

开拓国际市场

车企加速布局海外市场,出口销量延续涨势,成为相关上市公司增长新引擎。

江淮汽车前三季度出口业务持续发力,规模和效益双增长,带动前三季度归母净利润同比增加。江淮汽车在海外持续保持高速增长态势,9月出口汽车1.36万辆,同比增长24.78%,1—9月累计出口12.69万辆,同比增长58.88%。

1—9月,上汽海外市场累计批发销量达83.8万辆,同比增长21.8%,继续领跑。在商用车方面,比亚迪纯电动大巴和出租车的足迹遍布全球70多个国家和地区、400多个城市。同时,乘用车出海业务进一步提速。截至目前,比亚迪新能源乘用车已驶入日本、德国、澳大利亚、巴西等53个国家和地区。

长安汽车表示,公司东南亚事业部已完成当地注册,成为长安汽车首个集研、产、供、销、运于一体的海外组织。公司在泰国布局“右舵生产基地”,将在2024年实现投产,首期产能10万辆,二期将增加至20万辆。