

1346家公司现金分红6319亿

接近去年两市全部公司现金分红总额6783.59亿元

证券时报记者 周少杰

监管层大力倡导上市公司积极回报投资者,越来越多公司正不断加大现金分红比例。据证券时报记者统计,截至4月16日,沪深两市1346家公司年度分配方案派现总额达6318.67亿元,接近去年两市全部公司现金分红总额。

截至4月16日,沪深两市共有1708家公司披露2013年年报,其中1379家公司董事会在年报中提出了年度分配方案。除此之外,今年一个特殊现象是,越来越多的上市公司大股东积极参与年度分配决策,在公司未披露年报前向公司董事会提议分配方案,若算上这部分方案,有分配意向的公司数量接近1700家。

剔除尚未经过董事会表决的大股东提议方案,1346家公司年度分配方案派现总额达6318.67亿元,这一金额已接近于去年全部上市公司现金分红总额的6783.59亿元。此外,截至昨日,尚未披露年报的公司仍有800余家,其中不乏格力电器、洋河股份、大秦铁路等常年稳定派现的大公司,未来上市公司现金分红总额很可能超过2012年。

从分红总额来看,四大国有银行遥遥领先。工商银行、建设银行、农业银行和中国银行年度现金分红总额分别为919.58亿元、750.03亿元、574.89亿元和547.55亿元,排名其后的还有中国石油、交通银行、中国神华、中国石化等大蓝筹公司。不过由于这些公司总股本较大,每股分红金额并不高,相比之下,贵州茅台、泸州老窖等上市

酒企每股分红金额位居前列。

在白酒行业低迷的环境下,上市酒企每股分红有所下滑。例如,贵州茅台2012年每股股利(税前)为6.2元,2013年每股股利则降为4.374元;泸州老窖每股股利则由原来的18元降至12.5元。不过,白酒股股价也因为行业原因在过去一年大幅下滑,两相抵消之后,上述两家酒企的股息率反而出现提升。

刚完成整体上市的美的集团也大幅提升分红比例,每股派现2元,同时还高送转,每股转增1.5股,目前每股

股利排名位居第二。紧随其后的是双汇发展,每股股利为1.45元。此外,大商股份、上汽集团和片仔癀公司每股股利排名居前。

现金分红需要拿出真金白银回馈股东,一些处于成长期的上市公司更青睐于以送转股份方式实施年度分配。除了美的集团,宁波联合也提出“每10股转增15股”的分配预案,顺网科技和美盛文化两公司则提出“每10股转增12股”的方案。统计显示,截至昨日,每股转增1股以上的公司数量达到102家,其中大多数为中小板、创业板公司。

年报·季报

大数据系列(一)

广交会首周家电唱主角 一季度电视出口高增长

见习记者 马玲玲

与开幕日的低人气相比,第115届广交会昨日合作洽谈热闹了许多。在广交会首周,家电是重头戏,今年许多家电企业的展位上都坐满了洽谈商。不少家电厂商企业在接受证券时报记者采访时表示,此次广交会家电企业洽谈火热,一季度智能电视等家电出口也保持高速增长。

智能电视出口增长

自去年以来,国内掀起智能电视热潮,不少电视生产企业智能电视出口业务也保持较快的增速。但与国内相比,国外智能电视由于配套设施不完善,目前发展仍存在问题。

海信电器国际营销副总经理方雪玉介绍,目前海信电器电视出口业务中,智能电视是最重要的部分。目前智能电视占海信电器国内电视销售比例达50%以上;海信电器电视出口业务中,智能电视占比20%-30%;该公司将着重推广智能电视。

一季度海信电器多媒体出口增长超80%。方雪玉介绍,其中,一季度公司手机出口增长超过100%,电视出口增长60%左右,去年电视销售出口近400万台,今年预期在500万台以上。

方雪玉说,受世界杯因素影响,预计公司二季度出口表现更好。4月份为交货高峰期,在德国、南非、西班牙等世界杯狂热国家,电视销售都出现高速增长。同时,由于世界杯的影响,客户对智能电视和UHD高清电视需求更多。

此外,据了解,四川长虹一季度海外电视销售量增速超过40%。四川长虹海外战略发展部部长王悦纯称,大屏、高清、4K等概念是出口主要卖点,今年智能电视增速不错,公司也将主推智能电视,但海外智能电视的发展还需要一段时间,由于智能电视需要一系列合作伙伴共同推广,国内与之配合的服务与内容都已完备,但海外还需要战略合作平台。

王悦纯介绍,国际化是长虹战略的重中之重,二季度预计也会保持较快的增速,去年海外销售增长26%,今年预计能达到30%左右。

深康佳相关负责人告诉记者,一季度电视出口增长达到10%左右,其中智能电视增长迅速,但由于海外智能电视配套设施不完善,发展相对比较缓慢。同时,由于世界杯的拉动,大屏幕电视相对销售情况更好。

据了解,目前深康佳海外出口主要以南美市场为主,去年电视出口为200多万台。上述深康佳负责人说,今年公司电视出口预计增长10%-20%,达到300多万台。

加快推广自主品牌

国内家电企业的出口比例中,OEM(代工生产)仍占较高比例,不过近两年家电企业正加大自主品牌推广和新品投放,以期提高产品的议价能力和利润。

海信电器出口业务中自主品牌比

例相对较高,方雪玉称,海信电器多媒体出口中,自主品牌占50%以上,预计今年将达到60%。他说,OEM模式中客户决定价格,近两年公司注重推广自主品牌,并加大对欧美市场的投入,提高话语权,利润也有所提高。

虽然一季度外贸形势不好,但多数大型家电企业并未受到影响。方雪玉认为,大企业注重品牌,一些中小企业精力主要放在OEM,受外贸形势冲击大,同时今年内销表现也不好,对于中小企业来说,资金等各方面都有不小的压力。

四川长虹近几年在海外布局基本成型。王悦纯说,四川长虹在各大洲都建立了自己的子公司、销售队伍和生产基地,家电企业品牌化趋势明显。外贸受制于客户需求,特别是OEM受

外贸形势影响大,长虹品牌建设处于发展期,OEM的业务仍将有所保留,但大方向以自建品牌为重。

合肥三洋也保持了高速增长态势,合肥三洋国际贸易公司总经理杨君介绍,该公司一季度出口销售量增长超过90%,预计全年增长将达到60%,主要原因在于去年客户流失,产品不够好,今年公司填补了欧洲等此前没有覆盖的市场,并大量推出新品,因此销售量增加迅速。

不断下降的人民币汇率也给公司带来利好。杨君说,此前有些地区出口价格出现亏损,通过汇率波动可以弥补这一亏损。

不过受多方因素影响,TCL小家电业务未达预期。TCL海外业务中心总经理栗相军表示,一季度出口

与去年持平,由于市场下滑、中东等地区政治局势不稳定,出口没有预期好。另外,以前小家电产品较杂,公司目前正在向健康家电转型,加快推进自主品牌。

格力电器海外销售市场总监陈绍林也表示,由于一季度市场环境不好,出口基本与去年持平,其中OEM客户由于受到政治环境、汇率波动和库存未消化完等因素影响,相对有所下滑,但自主品牌皆有所上涨,其中生活电器都是新的增长点。

据了解,目前格力电器OEM占出口业务六七成。陈绍林说,去年自主品牌占格力电器海外市场的1/3左右,今年将加大中央空调等节能产品的推广,提高品牌的竞争力和利润率,目前欧美市场较为稳定,中东、东南亚、南美等地区积极性很大,上升很快。



马玲玲摄

■特写 | Feature |

外贸小企业“很差钱”

证券时报记者 叶梦蝶

“原材料和人工成本一直都在增加,低端产品老外又把价格压得很低。”说起近几年国内外贸的颓势,赵恒茂颇感无奈。

在第115届广交会的小型机械类展馆里,人流熙熙攘攘。赵恒茂是山东三欧轴承有限公司负责人,他的公司也是参展大军中的一员。一季度外贸双降的形势,又在他心头抹上一片阴影。

为了应对双向资金链压力,赵恒茂的公司只有想办法加快资金周转速度:尽可能压缩订单的周期,靠走量来生存。这家公司年出口额约2000万人民币,主营产品为汽车机械配件。

“如果产品卖出去马上收到钱,工厂就可以投入到下一批生产里。但资金回笼一慢,就要想办法借款,利息成本就要增加。”赵恒茂说,订单拖得越久对工厂越不利。

高周转是赵恒茂的公司无奈之举。由于达不到银行规定的经营流水和信用要求,许多中小企业难以撬开

银行贷款之门。赵恒茂的公司也是被拒门外的一员,只能从获得银行授信的公司二次贷款。

“有的公司拿到了,就拆借给我们,但利息要高于国家基准利率。月利息1%左右,年利息为12%。”赵恒茂说。目前,银行6个月至1年期贷款利率则为6%。

最让赵恒茂无奈的则是人民币汇率升高使得公司利润空间不断压缩。自2005年汇率改革启动以来,人民币汇率持续单边上涨,九年来接连破“8”、破“7”。今年1月17日,人民币对美元即期价格盘中更是一度跌破6.05关口。

“当年有专家分析说人民币未来会升值30%到40%,我们心里想,怎么可能。”赵恒茂回忆起来,依旧觉得不可思议。

如今人民币汇率已让赵恒茂的公司喘不过气。他举了个例子,在不考虑成本升高因素下,仅人民币汇率波动,就让一件100元产品的出口价格变成了135元,利润被蒸发。

近期人民币汇率则进入了高位震

荡、双向浮动的阶段。如果不急着周转,赵恒茂会把到账的外汇多放几天,等到汇率升高再换人民币;如果急着用钱,汇率低时换汇的话,汇率波动就会侵蚀掉订单利润。

严峻的外贸形势面前,过去只接外贸订单的赵恒茂也开始预备做国内市场。在机械制造业产业链上,赵恒茂的公司属于上游供货商,而供货商的成压力早已传导到了下游的电机制造企业。

陈英华是福建建普电机集团的销售经理,外贸出口销售占公司销售比例的80%。

“福建汽车配件工厂倒闭的特别多,资金周转都很困难。以前生产配件订单只要付50%定金,现在会要求付全款,供应链压力非常大。”陈英华说。

一季度订单的减少让陈英华所在的公司营收萧条。在鼓励产业转型的背景下,陈英华所在的公司正在通过专利合作方式,提高产品竞争力。“但是一台十几万的发动机价格比以往提高了3%左右,整体营收还是难实现增长。二季度我们会尽力补回来。”陈英华说。

■记者观察 | Observation |

借壳创业板公司可否放行?

证券时报记者 仁际宇

近期,由于IPO重启节奏的改变和随之而来的漫长等待,借壳案例在市场中时有发生。根据修改后的新规,借壳较IPO的主要好处就是速度更快,但囿于现行监管规则,资金需求迫切的小微企业目前无法借壳创业板公司。

公开资料显示,最近一段时间以来,国内资本市场中的借壳概念十分活跃:例如佛山照明参股企业合肥国轩高科动力能源股份有限公司筹划借壳上市、青岛中天能源股份有限公司借壳长百集团、印纪影视娱乐传媒有限公司借壳高金食品等等,如果再算上一些借壳遇到问题的公司,如大元股份、金城股份等,则A股市场中与借壳概念沾边的公司不在少数。

借壳市场再度火热的主要原因,是IPO进程的迟滞和IPO排队公司已多达近700家。根据监管层发布的借壳上市审核严格执行首次公开发行股票上市标准规定,借壳上市与IPO的审核标准已经基本一致,主要的不同点在于,借壳与IPO走不同的监管审核通道。IPO的通道虽然阻塞,但借壳的审批却不用排队。

由此,一些对资金需求紧迫的公司选择绕开IPO转走借壳之路。但是,根据现行规定,创业板上市公司不能被借壳。具体原因是,创业板定位于服务创新型、成长型小微企业

业,具有高风险、高收益特征。从现有主板借壳案例来看,多数借壳企业与创业板企业的特点不同,如果允许在创业板借壳上市,此类企业将登陆创业板市场,弱化创业板市场对创新、创业型企业的服务功能,扭曲创业板市场的定位。

由此可见,监管层之所以不让创业板上市公司被借壳,主要原因在于担心不符合创业板特色的公司通过借壳进入创业板,从而让创业板的针对性定位被破坏。但从另一个角度来看,采取与IPO类似的分类借壳准入标准也许能够解决问题。换句话说,就是只允许符合创业板IPO规则且体量、业务符合创业板定位的公司借壳创业板。

从实务角度出发,符合创业板定位和上市规则的公司规模往往不大,但资金对这类小微企业发展甚至生存的重要性远远高于主板拟上市公司。IPO要经过漫长的等待,借壳创业板不允许,自身规模等因素又无法借壳主板,结果导致本来对资金更为渴求的小微企业,相比于更大的公司,上市的渠道反而更少,这或许是制度设计上的一个缺陷。

我们也必须承认,借壳本身并不值得提倡,IPO制度的改革最终将消灭IPO节奏的非市场化波动,从根本上缓解上市渠道的拥堵。届时,借壳案例或将大大减少。但在目前IPO堰塞湖高悬的情况下,为纾解小微企业的上市困局,是否能允许借壳创业板公司,值得探讨。

上海楼市调控继续严格执行

证券时报记者 徐然

昨日,上海市房管局局长刘海生在接受采访时表示,政府部门高度关注未来的房地产市场走势,会继续严格执行调控政策,目前丝毫不会放松。

对于上海房地产市场现状,刘海生认为,上海跟全国其他地方不同,首先是土地资源非常稀缺,其次是刚性需求非常旺盛,加上市民的预期、银行信贷政策的关系,影响房价的因素比较多。

自3月份上海房交会遇冷后,上海楼市“小阳春”并未如期而至,较为平淡的成交量在清明过后仍未出现好转。研究机构数据显示,上周(4月7日-4月13日)上海市商品住宅成交面积为14.69万平方米,环比下跌28.71%;商品住宅成交均

价为27138元/平方米,环比上涨17.92%;商品住宅新增供应面积为17.23万平方米,环比上涨199.13%。

中原地产上海联洋区经理张春告诉,今年明显能够感受到,春季住房成交量较去年大幅缩水,下降比例为20%-30%左右,但是价格并没有下跌。而市场预计的二手房挂牌增多、供应量加大等情况,目前并未出现,市场供需比例也没有明显变化。

成交量减少,一方面是近期上海新开的楼盘比较少。”据21世纪不动产上海锐丰综合事业部沈晨介绍,从单一楼盘情况来看,成交情况并没有低于预期。例如,上海某楼盘上周六进行了加推,一天之内就全部认筹完毕。沈晨认为,虽然今年市场肯定不如去年,但业内仍对整个行业比较乐观。而5.6月份新盘加推力度加大,有望促进交易量回升。

中国联通年内有望获发FDD-LTE牌照

证券时报记者 吕锦明

中国联通600050)董事长常小兵4月16日表示,中国联通正在与相关部门沟通,积极争取FDD-LTE制式的4G牌照,但暂时未有时间表,但他表示有信心今年内可获发牌照。

中国联通总裁陆益民透露,上个月公司已经推出TD-LTE制式的4G服务,客户反应理想,4月底开始会将部分客户升级至4G,希望今年的4G及3G业务新增客户量不

会低于去年。

谈及内地“营改增”有望在上半年推出,公司董事李福申表示,这项改革短期内可能会对公司账面盈利构成影响,但公司已有所准备,相信可以在短期内减轻影响,他认为从中长线看“营改增”对公司的发展有利。李福申还表示,中国联通此前开发出互联网金融平台“易购”,推出后受到中小企业的欢迎,希望日后可以扩展至全国范围。另外,李福申透露,中国联通今后将积极寻求与美国苹果公司合作。



ICP供图