

两家上市青企发布2021年中报

中创物流、东方铁塔营收净利“双增”

青岛财经日报/青岛财经网记者 高扬

2021年A股上市公司中报陆续披露。昨日,有两家青岛辖区上市公司发布了2021年半年度报告,两家青岛上市公司中创物流、东方铁塔均取得了不错的业绩增长,营收、净利出现双增,较好的完成了上半年的经营指标。



东方铁塔上半年实现营业收入13.10亿元,同比增长5.52%;实现营业利润2.45亿元,同比增长20.50%。

中创物流 上半年净利同比增长16.6% 持续提升传统业务市场份额和盈利能力

中创物流昨日发布2021年半年报,公司上半年实现营业收入47.54亿元,实现归属于上市公司股东的净利润1.03亿元,同比分别增长109.99%和16.60%,较好地完成了上半年经营指标。

公司表示,随着中国疫情防控形势持续向好,全球供应链更多依赖于中国,我国外贸出口高速增长,经济发展呈现稳中向好态势。公司以货运代理业务为龙头,大力拓展场站、船舶代理、沿海运输等板块业务,持续提升传统基础业务市场份额和盈利能力。同时,稳步推进冷链、工程物流等新项目建设,全力打造服务功能综合、链条完整、网络健全、新老业务共同发展的新格局。

半年报显示,今年上半年公司加快网络布局,提升传统业务盈利能力。公司陆续成立了宁波中

创远物流有限公司、中创远识供应链管理(上海)有限公司、AUSTRALIA CML GRANDCORP LOGISTICS PTY LTD、天津中创远驰物流有限公司等四家控股子公司。按照“一盘棋、一张网”的发展思路,充分利用公司内部资源,公司各网点协同发展,联动互动,为客户提供一站式、多功能、统一标准的服务,进一步增强公司的品牌影响力。

同时,公司有序推进新项目建设,打造新的竞争优势。半年报显示,公司工程物流板块继续稳步推进以上海为中心,江、浙、闽、长江为重点的发展计划,发挥车、船、码头一体化的优势,紧跟国家战略发展方向,加强开发新能源、基础设施建设市场。冷链物流方面,目前公司天津智能冷库一期工程目前处于竣工验收及设备调试阶段,预计9月份

投入使用;上海智能冷库项目已于6月份取得施工许可证并开始施工建设;宁波智能冷库已完成设计工作,目前正在准备开展施工公开招标工作。为加快智能冷库布局,公司以增资收购方式投资的中创天驰智慧冷链(青岛)有限公司,预计2022年6月前投产。公司冷链板块将金融、贸易与物流供应链相结合,打造中国口岸冷链第一品牌。

公司介绍,上半年公司网络货运平台的业务资质已获批,基本运力配置已完成,公司网络货运业务发力已做好准备。

未来,公司网络货运平台将依托现有集装箱业务体系和经营网络,逐步整合社会零散货源及车源,精准车、货匹配,有效降低空驶率,为平台客户创造更大价值。

东方铁塔 上半年净利润同比增21.77% 钢结构产品行业领先、钾肥产品供不应求

昨日,东方铁塔也发布了2021年半年度报告,公司上半年实现营业收入13.10亿元,同比增长5.52%;实现营业利润2.45亿元,同比增长20.50%;归属上市公司股东净利润达2.03亿元,同比增长21.77%。整体经营业绩较去年同期取得较大幅度增长。

东方铁塔表示,今年上半年,国内外新冠肺炎疫情形势仍然严峻,公司管理层在董事会的带领下,继续贯彻边防护边发展的主体方针,一方面继续加强钢结构业务生产管理,提升生产工艺水平,保证产品质量,克服不利因素影响,稳健发展;另一方面,面对经济复苏中钾肥行业的机遇,公司继续积极提升老挝钾肥市场竞争力,开发推广新产

品,拓展巩固细分市场。

拆解公司目前的两大业务板块,其中钢结构业务的优势十分突出,相关钢结构产品主要涉及电厂钢结构、石化钢结构、民用建筑钢结构和铁塔类产品(输电线路铁塔、广播电视塔、通信塔等),在行业内保持领先水平。

报告期内,公司一方面巩固主营业务产品市场占有率,从市场营销、研发创新、生产管理、质量控制等各方面,进一步提升核心竞争力;同时,针对新的市场变化,公司管理层积极开拓,主动求变,先后向光伏能源钢结构、工业仓储钢结构、烟气净化钢结构市场进行拓展,在经营模式多元化方面作出了有效尝试。

与此同时,公司也紧抓钾肥业务发展机遇,特别是老挝钾肥产品中的颗粒品牌效应已经在东南亚展现,客户需求旺盛,尤其是泰国、越南、新西兰等市场颗粒钾供不应求;而粉钾也在印尼等区域站稳了市场,受到了广大客户的青睐。报告期内,实现氯化钾产量约27万吨,销售量28万多吨,产销基本平衡。

值得一提的是,老挝钾肥150万吨氯化钾扩产项目(一期工程)井下建设近日正式开工。此外,老挝钾肥二期氯化钾扩产项目也在报告期内继续建设实施,项目完成后将进一步提升公司钾肥业务板块的盈利能力。

7月新增贷款1.08万亿元 稳增长政策料加码

中国人民银行8月11日发布7月金融数据。7月人民币贷款增加1.08万亿元,比上年同期多增905亿元。7月社会融资规模增量为1.06万亿元,比上年同期少6362亿元;7月末社会融资规模存量为302.49万亿元,同比增长10.7%。

专家表示,需求扩张仍需进一步发力。后续财政政策有望加码,货币政策将继续保持稳健灵活,更加强调前瞻性和有效性。

多因素共振影响信贷社融数据

7月住户新增人民币贷款创下近年来同期新低。对此,红塔证券首席经济学家李奇霖分析,住户新增贷款的回落主要是因为房地产市场降温。从短期贷款角度看,7月住户短期贷款仅增加85亿元。

在社融方面,民生银行首席研究员温彬认为,社融增量低于预期有三方面原因:一是在防风险政策要求下,影子银行和表外业务治理持续从严,表

外融资呈现压降态势;二是新增政府债券发行进度明显慢于往年;三是新增表内贷款有所回落。

M2同比增速小幅回落

数据显示,7月末,广义货币(M2)余额23022万亿元,同比增长8.3%;狭义货币(M1)余额6204万亿元,同比增长4.9%。专家认为,M2同比增速下降主要受缴税大月因素影响。光大银行分析师周茂华表示,个人和企业缴税后,相应存款下降;企业和个人的投融资活跃度有所下降,同时银行表外业务活动继续收缩,影响货币派生能力,但整体M2同比增速仍处于合理区间。从财政存款角度看,东方金诚首席宏观分析师王青认为,7月财政存款增加符合季节性规律,但比去年同期多增1136亿元。由于财政存款不计入M2,其多增也会拉低M2同比增速。

王青表示,M1同比增速进一步下降的一个直接原因是7月房地产市场降温。历史数据显示,M1

同比增速与房地产市场热度存在较强关联性。

加大稳增长力度

王青预计,央行降准对信贷和社融的提振效应将在8月有所体现,预计8月金融数据有望全面回升,年初以来的“紧信用”正在接近尾声。这意味着7月金融数据处于本轮“紧信用”过程的底部区域。“后续伴随稳增长政策发力,信贷、社融及M2增速等主要金融数据将进入上行过程。”

中信证券研究所副所长明明认为,扩大需求应依靠财政政策,应加快地方债发行、支出和投资,以起到逆周期调节和稳定需求的作用。

温彬说,宏观政策坚持稳字当头,搞好跨周期政策设计,逐渐将重心向稳增长偏移,保持流动性合理充裕,加大对制造业、中小微企业等重点领域和薄弱环节的支持力度。

新华社北京8月12日电

沪深股指双双下行 科创50小幅收红

新华社上海8月12日电 12日沪深股指双双下行,创业板指数表现较为疲弱,跌幅接近1.5%,科创50指数小幅收红。两市成交有所放大,总量重回1.3万亿元上方。

当日上证综指以3522.72点小幅低开,全天围绕前一交易日收盘点位窄幅震荡。盘中沪指摸高3538.40点,探低3513.45点,尾盘收报3524.74点,跌7.88点,跌幅为0.22%。

深证成指收报14901.97点,跌119.20点,跌幅为0.79%。创业板指数表现疲弱,跌1.47%,收报3386.43点。科创50指数涨0.49%至1586.50点。

沪深两市个股跌多涨少。两市3只新股同步上市,其中创业板新股N中富和N久祺首日涨幅分别达到约265%和约190%。

行业板块告跌数量略多且表现显著分化。葡萄酒、航天国防板块跌幅居前,白酒、食品饮料、机场服务等板块走势较弱。汽车板块逆势大涨,贵金属、海运、轮胎橡胶、钢铁板块表现强势。

沪深两市小幅放量,分别成交5382亿元和7667亿元,总量重回1.3万亿元上方。

二季度末商业银行不良贷款率降至1.76%

新华社北京8月12日电 银保监会日前发布的数据显示,今年二季度末,我国商业银行不良贷款余额28万亿元,较上季末增加25亿元;商业银行不良贷款率1.76%,较上季末下降0.05个百分点。

数据显示,二季度末,商业银行正常贷款余额1562万亿元,其中正常类贷款余额1524万亿元,关注类贷款余额38万亿元。

服务实体经济方面,二季度末,银行业金融机构用于小微企业的贷款余额476万亿元,其中单户授信总额1000万元及以下的普惠型小微企业贷款余额178万亿元,同比增速29.3%。保障性安居工程贷款6.5万亿元。

数据显示,上半年,商业银行累计实现净利润11万亿元,同比增长11.1%。二季度末,我国银行业金融机构本外币资产336万亿元,同比增长8.6%。

年内12家券商拟再融资超1200亿

继粤开证券150亿元定增获批后,国金证券60亿元定增项目日前也正式出炉。

8月10日晚,国金证券发布定增公告称,公司拟募集资金总额60亿元,本次非公开发行A股股票数量不超过7亿股。具体投入方面,公告指出,资本中介业务投入不超过20亿元,证券投资业务投入不超过15亿元,向全资子公司增资不超过5亿元,信息技术及风控合规投入不超过5亿元,补充营运资金及偿还债务不超过15亿元。国金证券在定增预案中称,公司控股股东及其一致行动人、实际控制人承诺不参与认购本次非公开发行股票。

今年以来,多家券商通过再融资途径补充资本。Wind数据显示,以预案公告日作为统计标准,截至8月11日,年内已有长城证券、国海证券等7家A股上市券商发布定增预案,预计募集资金总额不超过493.24亿元;中信证券、财通证券等4家A股上市券商发布配股预案,预计募集资金总额不超过61.3亿元。除此之外,还有一家新三板上市券商粤开证券预计通过定增募资不超过150亿元。合计来看,年内券商已预计通过再融资渠道募资1256.24亿元。

不少提出再融资计划的券商指出,随着行业竞争加剧,券商进行资本补充主要为应对当前环境下的展业要求。国金证券表示,当前证券行业分层分化发展加剧,行业集中度正在加速提升。外资券商正加快布局,证券行业竞争白热化。资本规模是证券公司提高综合竞争力和风险抵御能力的核心因素之一。与此同时,证券行业传统经纪业务的占比日趋下降,国内券商开始摆脱仅依靠牌照和通道类业务的轻资产模式,资本实力对于券商发展质量、发展潜力、发展空间的重要性极大提升。粤开证券也表示,资本市场的改革对证券公司的展业能力提出更高要求,未来证券公司将更多依靠资本实力、风险定价能力、业务协同能力实现业务发展。

但值得注意的是,今年以来,券商再融资大都出现募资不足的现象。浙商证券此前发布公告称,非公开发行完成后,公司实际募集资金总额约28.05亿元,原定募资计划上限为100亿元。天风证券预计募资额分别为128亿元,实际募资额81.79亿元。湘财股份此前曾将定增计划中的预计募资总额由原不超过60亿元,降低为47亿元,而实际募资额仅有17.37亿元。

业内人士指出,上市券商股价今年以来持续下挫,或成为券商再融资“缩水”的主要因素。Wind数据显示,截至8月11日收盘,申万二级证券行业指数年内跌幅为11.44%,板块内40家券商股价年内跌幅超过10%。 据《经济参考报》

趋向互联网化 传统基金销售渠道谋变突围

互联网第三方代销渠道近年来强势崛起,倒逼传统基金销售渠道谋求转型。近期,交通银行、平安银行等多家银行陆续行动,推出多重措施,提供财富管理服务。

业内人士表示,传统基金销售渠道逐步意识到财富管理的重要性,开始谋求转型,提供便捷的基金销售服务。整体而言,具有互联网化、包容性强的基金销售渠道有望在基金保有量上实现较快增长,能够迅速转变思维的传统销售渠道也有望获得较大市场份额。

0费率购基吸引投资者

近期,交通银行App推出了“0元购基上交行”的活动。据悉,交通银行上线了超1300只C份额基金,提供买入0费率的优惠措施。

记者注意到,交通银行紧跟市场热点推荐基金产品。具体来看,基于光伏行业、新能源汽车、有色金属、军工国防等热点板块,交通银行推荐了天弘中证光伏C、汇添富中证新能源汽车产业指数(LOF)C、南方有色金属联接C、鹏华国防C等基金产品。

与A类份额不同,C份额基金在申购阶段不收取费用,只需在持有期间收取销售服务费。整体来看,传统基金销售渠道逐渐将C份额基金作为主推产品。

平安银行也打破行业传统,在线上全面主推C类基金份额,用户通过口袋银行App购买,以及购买安心投、目标盈等基金组合,0申购手续费,覆盖近1600只基金。同时,平安银行、招商银行等多家银行渠道对



大部分公募基金采取优惠费率,对非首发基金、非定制的A份额基金推出1折申购费模式,吸引投资者。

此外,传统的基金销售渠道越来越重视线上销售基金,尤其是移动端的销售场景,逐渐趋向基金销售互联网化。

传统渠道实力仍不容小觑

传统基金销售渠道实力不容小觑。根据基金业协会公布的数据显示,截至二季度末,共有29家银行入围公募基金销售保有规模百强名单。

非货币基金保有规模超千亿元的银行共有12家,股混基金保有规模超千亿元的银行有11家。其中,招商银行以7961亿元的非货币基金保有规模和7535亿元的股混基金保有规模稳坐头把交椅,其股混基金保有规模二季度增长824亿元。工商银行非货币基金保有规模5875亿元,股混基金保有规模5471亿元,位列第二。

一位资深人士表示,一般来说,传统银行渠道拥有成熟的销售模式,具有比较强的壁垒,体现在筛选基金的模式、对基金公司的议价能力、对客户的精准识别和差异化服务上,在基金销售上的积累较为深厚,在市场上具有很强的竞争力。“同时,银行渠道在全国各地拥有广大的理财经理群体,能够直接触达投资者,具有广泛的资源基础。”

发力线上销售谋变

上述资深人士认为,银行近期在移动端、线上渠道发力,符合当前线上交易、便捷理财、注重客户服务体验的趋势和需求。“一方面是受到互联网第三方渠道的冲击;另一方面,银行已经开始从基金销售机构向财富管理机构转变,从以产品为中心、以销售收入为目标转向以客户为中心。”记者了解到,基金公司依然重视产品在银行渠道的销售。华南一位基金经理表示,通常来说,传统基金销售渠道设有白名单限制,能够进入白名单的基金产品、优选基金池,大多能获得比较好的资源倾斜。

对于基金销售渠道之争,华南一位市场人士表示,互联网第三方渠道培养了投资者的投资习惯,主要体现在互联网平台开放性、便捷性、个性化的服务,但并不意味着能够完全替代传统基金销售机构。从银行角度来看,发力线上销售不只是在收复失地,谋求转型之后,利用科技手段为基金销售赋能,还会巩固优势,强化竞争力,做大做强。

据《上海证券报》