

2020年A股分红超1.5万亿 创历史新高

银行分红最豪气

新快报讯 记者涂波报道 2020年年报落下帷幕,近日A股分红预案陆续出台,数据显示,两市共有3000多家公司发布现金分红方案,占A股上市公司数量约70%。今年分红总额首次突破1.5万亿元,再创历史新高,并连续4年分红破万亿元大关。从行业来看,分红最慷慨的当属银行股,非银金融、公用事业和房地产行业也是分红大户。

据同花顺数据,2020年分红总额超100亿元的公司有20家,工商银行以936.64亿元分红总额拔得头筹。此外,建设银行和农业银行分列二三席,分红额均超500亿元。百亿元分红公司中贵州茅台、中国平安和格力电器也位列其中。

从行业来看,银行分红最豪气。5月13日、14日江阴银行和平安银行先后发放现金分红,打开了银行股的分红序幕。38只银行股分红总额超4880亿元,占A股分红总额的三成,远高于其他行业。食品饮料、钢铁行业的分红比例也较高,近八成。此外,还有部分公司选择不分红派息等。

从分红比例来看,有87家公司超100%。股利支付率又称分红比例,是指净收益中股利所占的比重,体现了上市公司股利支付能力。模塑科技以

1362.5%的分红比例居A股首位,数据显示,模塑科技2020年净利润仅有1438万元,但公司发布的年度分红预案是每10股派息2.18元,分红总额近2亿元。昨日,在三大股指均下跌的情况下,模塑科技强势涨停,报收5.81元。此外,奥康国际、江铃汽车、赢时胜、隆基机械、龙源技术和聚杰微纤等6股分红比例均超500%。

分红除了为股东提供回馈,也兼顾

上市公司的长远发展。纵览A股市场,从历年累计分红金额来看,分红总额最高的前十大公司中,银行占据一半的席位。其中工商银行最豪气,共分红14次,累计分红达9955.66亿元,排名首位,成为最高分红王。排名第二三位的分别是中行和中国石油,累计分红分别为6063.61亿元和5294.05亿元,相比第一位的工商银行累计分红相差三四千亿元。

2020年分红比例居前的个股			
股票简称	现价(元)	股利支付率(%)	分红总额(万元)
模塑科技	5.81	1362.50	20000
奥康国际	8.26	684.93	20049
江铃汽车	23.12	543.13	6042.50
龙源技术	4.2	523.56	10264.32
东阿阿胶	33.55	428.57	13284.49
金钼股份	6.29	416.67	96798.13
郑中设计	8.33	400	5400.15
特一药业	13.92	295.45	15263.72
欧亚集团	13.17	285.71	6363.52
宝利国际	2.3	250	921.6
宝色股份	13.33	250	626.2

来源:同花顺

消息称京东物流拟5月17日开始招股

新快报讯 记者刘威魁报道 近日,有消息称京东物流计划5月17日至21日启动招股,5月28日在港上市。对此,新快报记者于昨日向京东方面求证,但截至发稿,暂未获得其回应。

据了解,京东物流此次计划发行10%的股份,估值约350亿美元,折合人民币约2253亿元。截至目前,京东物流已在港进行了10天上市前的分析师路演。

招股书显示,截至2020年12月31日,京东物流运营的仓库数超过900个,仓储总面积约2100万平方米(包含云仓面积)。不过,近三年来,京东物流始终处于亏损状态。数据显示,京东物流2018年、2019年、2020年的营收分别为(人民币,下同)378.73亿元、498.48亿元、733.75亿元,分别亏损27.65亿元、22.37亿元及40.37亿元。

广东省小微企业开户成功率高达99.9%

新快报讯 记者范昊怡报道 今年2月,广东率先在国内推出小微企业开户银行账户22条《负面清单》。5月13日,新快报记者从人民银行广州分行举行的新闻发布会上获悉,《负面清单》实行两个多月以来,全省银行机构已经基本完成了制度流程清理规范、开户进度监测管理和小微企业投诉集中复核处理等制度、机制建设,商业银行内部质量监督管理体系已经基本建成。

“《负面清单》实施近两个月来,广东省小微企业开户成功率高达99.9%,超80%的小微企业仅需往返银行网点1次,近99%的小微企业在3个工作日内便完成账户开立。小微企业银行开户服务满意度达99%,相比2018年至2020年的平均水平提高2个百分点。”人民银行广州分行支付结算处相关负责人告诉记者。

《负面清单》的发布执行,让更多小微企业享受到账户“放管服”改革带来的便利,但从前期收集的实施情况来看,部分银行小微企业开户服务仍有改进空间。上述负责人介绍说,“个别银行未能根除简单机械的管理理念和做法,仍存在直接将其他银行或相关部门共享的风险线索信息作为拒绝开户理由、以企业异地注册等为由直接拒绝开户等情况;个别银行对一线网点异常服务行为的调查干预不及时,对网点拒绝开户理由合理性的核实不充分;个别银行未有效建立账户风险分类分级管理体系,在开户环节对小微企业风险容忍度仍然较低。”针对这些情况,人民银行广州分行已通过约谈相关银行机构、要求限期整改等监管措施,推动相关银行较真碰硬,切实整改。

“我们将于近期升级广东省企业银行结算账户备案管理系统,上线小微企业账户服务质效监测管理功能,实现对银行《负面清单》实施情况的动态监测,发现小微企业开户服务质效监测指标异常的,将及时进行警示提醒。”上述责任人表示。

中通冷链加速布局 冷链成快递江湖新“战场”

新快报讯 记者刘威魁报道 冷链正成为快递江湖新的“必争之地”。近日,通达系领头羊中通官微发布消息称,开启冷链加盟业务,做冷链领域的中通。放眼快递行业,自顺丰第一个布局冷链领域后,申通、圆通、韵达等在内的快递巨头也纷纷在该领域涉足发力。

早在2016年,借力各地机场的腹仓资源与陆运发优势,中通已经推出了较为成熟的生鲜产品——优鲜送。去年以来,中通在冷链上的布局明显加快。新快报记者了解到,进入5月份后,中通冷链招商推介会将相继在武汉、成都、郑州、北京等地举行,按照官方的计划,预计到2021年底前,将实现全国80%县级城市覆盖密度的门到门冷链物流网络。

“冷链运输市场很大,相关政策也在持续加码,给冷链物流发展营造了良好的政策环境,加速了全国冷链物流基础设施布局。”据业内人士分析指出,广阔的市场给了入局者足够的想象空间,冷链正成为快递江湖新的“必争之地”。

据艾媒咨询数据显示,2020年中国生鲜电商交易规模达2638.4亿元,医疗电商B2C市场规模达708.5亿元。另一组数据显示,仅去年上半年,我国冷链物流相关的企业注册量,比年初环比上涨102%。

然而,目前冷链企业主要还是在市场单独服务某一区域的运输或仓储,具备全链路解决能力的企业仍然很少。以冷链营收领头羊顺丰为例,其单个企业普遍规模较小。顺丰2020年财报数据显

示,冷运及医药业务板块营收同比增长27.53%至64.97亿元,主要产品包含冷运特惠、冷运零担和冷运专车,食品冷库达62座。

“受需求拉动,越来越多的企业进入冷链,导致物流资源无法共享、终端客户资源严重分散,且冷链城市配送小批量、多品种、高频率的特点,导致城市末端冷链配送企业集中度低,物流资源浪费严重。”上述分析人士指出,流通率低、损耗率高、配送集中度低等因素成为长期制约行业发展的瓶颈。相比于顺丰可以利用自身的航空、陆运、仓储等优势,整合现有直营门店等末端配送资源相比,通达系进军冷链不要一锅端,还是在产品与客户上选择适合自己的细分领域。

ZARA、无印良品双双登“黑榜” 快时尚品牌在中国市场节节败退

新快报讯 记者陆妍思报道 近年快时尚品牌在中国市场节节败退,其中一个重要原因是屡登质量“黑榜”。新快报记者从天眼查获悉,近日无印良品、ZARA分别再因质量问题受到行政处罚。

天眼查App显示,5月12日,无印良品(上海)商业有限公司新增一条行政处罚,决定文书号沪市监静处[2021]062021000099号,处罚日期4月29日,处罚事由为销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准、地方标准(仅限条例)产品,处罚结果为没收违法所得0.122988万元,罚款3.834374万元,处罚单位为静安区市场监督管理局。

无独有偶,ZARA中国公司飒拉商业(上海)有限公司几乎在同一时间新增一条行政处罚信息,决定文书号沪市监

静处[2021]062021000101号,处罚事由为生产、销售以不合格产品冒充合格产品,处罚结果为没收违法所得0.123103万元,罚款0.707681万元,责令停止违法行为,处罚单位为静安区市场监督管理局。

虽然上述两宗处罚金额不大,但却迅速登上微博热搜,网友留言大为吐槽快时尚品牌“质量太差”。业内人士分析,快时尚品牌以追求更低的成本和更快的更新速度抢占市场,但上述优势背后,却是以牺牲一定产品质量为代价。

由于频繁曝出质量问题,再加上电商的冲击,一批快时尚品牌在中国市场纷纷遭遇发展困境。2016年,英国电商ASOS以1000万英镑的代价结束了在中国的运营。在此后几年里,TopShop、NEW LOOK、Forever21以及曾经被视

为GAP“增长引擎”的子品牌Old Navy等,都陆陆续续退出了中国市场。在过去的一个财年里,ZARA在中国内地市场关店38家,相当于其2019年门店总数的21%,其母公司Inditex还宣布,2021年年中之前,ZARA的姊妹品牌PULL&BEAR、Bershka和Stradivarius将全部撤出中国的线下市场。今年3月,有消息传出GAP正在考虑包括出售中国业务在内的潜在选项,以调整其在华经营战略。

一系列市场现状显示,快时尚在中国市场的黄金时代已悄然结束。一直作为市场教科书般存在的ZARA也在积极转型。除了调整线下门店和电商模式,ZARA还在开拓新市场,推出美妆线“Zara Beauty”等,能否成功转型逆袭,有待市场检验。