

A股2018年年报披露收官 整体营收双位数增长

净利润十年来首现下滑

羊城晚报记者 莫谨榕

截至4月30日记者截稿时，沪深两市3617家上市公司中，已有3602家公司披露了2018年年报。羊城晚报记者据Wind数据库统计发现，已披露年报的上市公司整体实现营业收入45.37万亿元，同比增长11.56%，实现净利润3.38万亿元，同比下降1.77%，这也是自2009年以来A股年度归母净利润首次下降。3150家上市公司实现盈利，盈利企业占总数的87.45%，其中，有2028家上市公司去年净利润同比增长，占总数的56.30%。

传媒成唯一整体亏损行业

哪些行业表现最佳？从营收和利润总额上看，化工、建筑装饰、银行、采掘、非金融股依然是营收大户，2018年年度板块总营收均超过3万亿元，其中，化工、建筑装饰、银行上市公司的总营收分别为4.89万亿元、4.86万亿元和4.22万亿元。而从净利润总额上看，银行则是当之无愧的盈利大户，合计实现净利润1.48万亿元，远超排在其后的非银金融、房地产、化工等板块。

值得一提的是，2018年传媒板块整体出现亏损，净利润合计亏损271.59亿元，扣除非经常性损益后的净利润更是合计亏损

新鲜出炉的上市公司一季报也反映了盈利趋势。数据显示，2019年一季度，3602家上市公司整体实现单季营业收入11.34万亿元，同比增长10.95%，实现归母净利润1.03万亿元，同比增长9.42%。一般而言，上市公司的营收和净利润存在明显的季节性。受到春节开工率影响，上游和中游产业一季度的营业收入通常在四个季度中最低。但从上述数据看，2019年一季度行业盈利表现出现回暖。回顾2018年全年上市公司表现，分板块看，主板公司业绩表现最为坚挺，中小板和创业板企业的净利润都明显下滑。东方财富Choice数据显示，2018年，主板上市公司合计实现营业收入和

主板公司业绩最坚挺

净利润分别为34.99万亿元和3.21亿元，同比分别增长11.81%和4.57%；中小板公司合计实现营收3.89万亿元，同比增长16.54%，合计实现净利润下滑22%。而创业板则表现较差，合计实现营业收入同比增幅达到15.63%，合计实现净利润则同比大幅下滑65.58%。分行行业看，剔除盈利大户金融行业，上市公司合计实现营业收入38.03万亿元，同比增长12.93%，但整体盈利为1.66万亿元，同比下降4.60%。如果再剔除两桶油（中国石油和中国石化），上市公司合计实现营业收入32.78万亿元，同比增长11.68%，整体盈利为1.54万亿元，同比下降7.77%。

十家最赚钱公司八家是银行

具体到单个上市公司的表现，数据显示，营收大户主要来自石油、银行、建筑类上市公司。中国石化、中国石油和中国建筑继续以超过万亿元的营收登顶上市公司营收榜三甲。分别实现营业收入2.89万亿元、2.35万亿元和1.20万亿元。此外，中国平安、上汽集团、工商银行、中国中铁、中国铁建、建设银行、中国人寿进入营收前十。

从净利润增幅上看，增速较快的板块分别是建筑材料、采掘、钢铁、综合和食品饮料。其中建筑材料板块的上市公司合计净利润增幅高达61.54%，采掘板块的净利润增长率也达到47.41%，钢铁、综合、食品饮料板块的净利润增幅分别为27.60%、26.35%和26.21%。

与之相对应的是，在28个申万一级行业中，共有16个行业上市公司2018年整体净利润下滑。



文/图 羊城晚报记者 吴珊

万亿市场咖啡大战 巨头争霸谁主沉浮

万亿潜在规模的中国咖啡市场，搅局者不断挑动着雀巢、星巴克等巨头的神经。近日，瑞幸咖啡在美国申请IPO的消息，让这家成立不到两年的公司，再次吸引了公众的注意。而在市场新贵迅速扩张的同时，老牌咖啡巨头也在频频出手，不断变革求新。未来，咖啡界或不再只有雀巢和星巴克，中国咖啡市场将迎来更多新兴品牌。

巨头实力难轻易撼动

不过，咖啡巨头雀巢和星巴克早已嗅到中国市场的潜在危机。去年8月，雀巢宣布以71.5亿美元获得星巴克零售业务（袋装商品）的永久销售权，实现了咖啡巨头的强强联合。

今年2月，雀巢在全球范围内推出系列星巴克咖啡新品，共计24种，包括首款为奈斯派索（Nespresso）和雀巢咖啡多趣酷思（Nescafé Dolce Gusto）咖啡系统配套开发的星巴克咖啡胶囊。

星巴克方面也是动作频频。

去年，星巴克高调宣布与阿里旗下饿了么进行战略合作，推出“专星送”咖啡外卖服务。据星巴克方面透露，这一合作方式还不错，在今年3月举行的星巴克股东大会上，还公布了美版“专星送”方案。

有分析称，星巴克开展外卖服务也是出于“不得已”。瑞幸咖啡以“新零售”的方式，在线上开展了强烈攻势，让星巴克看到了这部

分市场的价值。

刚刚公布的星巴克2019年二季度财报显示，其总营收为63.1亿美元，同比增长4.5%。其中亚太市场营收同比增长9%至13亿美元。不过，有分析称，星巴克业绩虽然整体表现尚佳，但中国市场业绩并没有达到预期。

星巴克CEO也在财报中提到：“由于竞争对手补贴的关系，中国市场正处于加速竞争的环境之中。”

值得关注的是，咖啡巨头的实力难以轻易撼动。一方面，在速溶咖啡领域，雀巢咖啡的份额仍在提升。

国际市场调研机构欧睿国际的数据显示，雀巢速溶咖啡在中国的市场份额已从2015年的67.6%提升到2018年的72.4%。另一方面，星巴克在创新力方面也有所提升。从猫爪杯、玩偶熊到冰淇淋系列新品，星巴克也在进一步锁定年轻人和女性目标客户。根据星巴克数据，截至目前，其在中国已有3789家门店，这意味着，其2022年在中国开店6000家的计划，目前已完成过半。

一季度广东规模以上工业利润由降转增

羊城晚报讯 记者马汉青报道：记者日前从广东省统计局获悉，今年一季度，广东规模以上工业在增值税税率全面下调、订单增加等多重积极因素的带动下，销售形势好转，营业收入增长加快，利润由降转增，亏损企业亏损面收窄，企业效益企稳好转。

营业收入增速明显加快。一季度，广东规模以上工业实现营业收入31532.35亿元，同比增长7.5%，增幅比1-2月提高4.0个百分点。行业增长面扩大，重点行业增长加快。广东有生产经营活动的39个行业大类中，22个行业大类利润实现增长或扭亏为盈，增长面为56.4%，比1-2月扩大10.3个百分点，比上年同期扩大5.1个百分点。

民营企业增长较快。一季度，广东规模以上工业中，民营企

业增长，增长面为84.6%，比1-2月扩大20.5个百分点，比上年同期扩大5.1个百分点。

利润由降转增。一季度，广东规模以上工业实现利润总额1630.91亿元，同比增长2.3%，比1-2月提升10.6个百分点。广东有生产经营活动的39个行业大类中，22个行业大类利润实现增长或扭亏为盈，增长面为56.4%，比1-2月扩大10.3个百分点，比上年同期扩大5.1个百分点。

民营企业增长较快。一季度，广东规模以上工业中，民营企

去年国人奢侈品消费占全球1/3

80后90后成消费中坚力量

文/图 羊城晚报记者 许悦

国人买买买热度不减，麦肯锡日前发布的《中国奢侈品报告2019》显示：2018年，中国人在境内外的奢侈品消费额达到7700亿元人民币，占到全球奢侈品消费总额的三分之一，平均每人消费奢侈品的家庭支出近8万元购买奢侈品，“80后”和“90后”成为了中国奢侈品市场的中坚力量。

贡献全球市场过半增幅

麦肯锡在报告数据显示，2018年，中国人在境内外的奢侈品消费额达到7700亿元人民币，占到全球奢侈品消费总额的三分之一。到2025年，奢侈品消费总额有望增至1.2万亿元人民币。2012年至2018年间，全球奢侈品市场超过一半的消费增幅来自中国。展望未来，预计至2025年这个比例将达到65%。

报告指出：“中国市场的增长如此之强劲，让我们得出一个结论：得中国者得奢侈品天下。”

据介绍，麦肯锡本次调研参考的是基于银联的奢侈品交易数据。

年轻一代成消费中坚力量



元人民币区间的人口届时将达到3.5亿之多。更富裕人群（家庭可支配月收入超过26180元人民币）的规模将是现在的3倍，2025年达到6500万人。

这一群体中有近70%的人选择在境外购买奢侈品，原因之一是出境旅游越来越寻常，二是中国进口的出口税制以及品牌定价策略导致了价格差异明显过大。

不过，随着中国奢侈品进口税率的下调，一些奢侈品牌相继下调了中国门店的产品售价。全球最大奢侈品帝国路威酩轩集团（LVMH）和瑞士历峰集团（Richemont），2018年最后一个季度在中国市场的业绩就表现强劲。

报告认为，“80后”和“90后”成为了中国奢侈品市场消费的中坚力量。

家庭收入增加贡献突出

为何中国奢侈品消费增长如此强劲？报告认为，中国近年来数量急剧增长的中上收入家庭居功至伟。

根据报告，2018年到2025年这一群体的年均复合增长率将达到28%，意味着家庭可支配月收入在17450元到26180元人民币。

全国首个金融监管 科技联合实验室落户中山大学

羊城晚报讯 记者马汉青、通讯员柯建杰报道：记者昨日获悉，全国首个金融监管科技实验室——“中山大学管理学院—广州商品清算中心金融监管科技联合实验室”，近日在广州中山大学管理学院揭牌成立。

要维护金融安全，对重大金融风险要做到“早识别、早预警、早发现、早处置”，必须依赖先进的监管科技手段。中山大学管理学院院长王帆教授介绍，中山大学管理学院依托国家自然科学基金设立的特大项目“基于大数据的地方金融安全智能预警与防控系统”（NSFC-广东大数据科学中心项目），建立了高水平的金融监管科技团队。广州商品清算中心是全国率先进行地方金融风险监测防控的专职机构，建设和运营广东省地方金融风险监测防控平台和广州金融风

险监测防控中心，在地方金融风险的监测和防控上取得显著成绩和领先的经验。中山大学管理学院—广州商品清算中心金融监管科技联合实验室的成立，将在金融风险的监测、预警以及情景—应对措施等方面，为省市政府对地方金融业态进行风险监测与防控、防范和化解区域性金融风险提供理论技术支持和政策建议。

据悉，该联合实验室将建立地方金融风险监测预警与防控的实验测试系统，开展有关的建模、模型验证和系统测试研究；联合实验室还将建设决策剧场，根据风险监测情况，运用情景—应对手段，在决策剧场进行展示；除此之外，还将通过博士后培养、高级专家研究、开展高峰论坛等方式推动资源互补与共享。

劳动者的幸福和荣誉

中国光大银行广州分行及下辖东莞分行双双荣获全国金融五一劳动奖状

创新驱动， 全力服务实体经济

该行全面落实中央服务实体经济和李晓鹏董事长关于服务民营企业的“四个一视同仁”的工作要求，着力建设服务实体经济的管理机制。成立分行普惠金融工作委员会，设立广州大道中、东莞厚街两个普惠金融专营机构。建立小微信贷工厂，提高了普惠金融业务审批效率。推广“四位一体”对公开户服务新模式，企业账户开户柜面平均用时缩短至37分钟。连续四年开展年度新增1000个小微企业有效授信客户的“千户计划”，新增小微企业数、普惠金融贷款净增额居系统第一。

“两增两控”监管指标全面完成。

该行大力开展服务实体经济的业务创新，形成了多个领先业内产品模式。该行业务的供应链金融，以“供应链+大数据、线上化”为抓手，围绕供应链核心企业服务上、下游大量小微企业。2017年，广州分行与铂涛酒店集团开启的“金融+酒店”的“铂涛方案”服务模式，一揽子服务铂涛酒店集团加盟商。“中山知识产权质押贷款”则被誉为“中山模式”，是破解知识产权质押难题的知名项目。2019年3月推出的广州市政策性小额贷款保证保险业务则是广州分行联合政府和保险机构，协力扶植符合条件的“三农”、科技、小微企业的一又创新服务模式。

稳健经营， 坚持全面的风险管理

广州分行坚持“稳”字当头，落实全面、全程、全员的风险管理。有序管控好合规、授信、操作、声誉、科技等各类风险。形成了完善的内控合规管理体系，在一级分行本部、二级分行均设立了法律合规部，持续完善横到边、竖到底的内控管理体系。落实“人员管理要严、检查督促要严、批评处罚要严”，狠抓合规案例督导和员工行为管理的执行力度和效果，持续保持合规案防工作的高压态势。加强授信风险管理，优化了授信审批流程，提高审批效率。运用二维码工作流转系统，实行“无纸化”审批，后台

审批“让客户经理只来分行1次”。发挥科技支撑作用，运用“企业画像”查询系统，把好授信客户“准入关、审批关、重检关”，增强了服务实体经济的质效。

加强消费者权益保护工作，大力开展阳光服务，多措并举有效维护消费者的各项权益，辖内近20%的网点获得了中国银行业文明规范服务示范单位。分行连续荣获最佳文化特色银行、最佳民营经济服务奖、最便民服务银行等荣誉，品牌形象进一步提升。

党建引领， 打造鲜明的金融文化

广州分行坚持党建引领发展，把党建融入队伍建设、企业文化建设、内控体系建设，全行风清气正。

正，队伍蓬勃向上，“幸福生活，快乐工作”的企业文化蔚然成风。

该行全面贯彻落实党建主体责任。将党建工作评述纳入绩效考核，促进全面从严治党、从严治行。优化党务纪检监察组织架构，二级分行配备纪委书记、全辖党支部配备纪检委员。推进“支部建在支行上”。开展“三亮三比”创先争优活动，以“三会一课”、“党委班子成员讲党课”、“基层支部主题党日”等形式为载体，丰富党建活动，有效发挥了全辖110个基层支部战斗堡垒作用和885党员的先锋模范作用。

该行积极推动职工之家建设。每年一度的集团驻穗企业红五月合唱比赛、职工田径运动会，各类群众文艺、体育协会员工业

余生活在健康向上的价值观引领下缤纷多彩。特别是该行精心打造的慕华劳模创新工作室，连续获得光大银行总行、光大集团、中国金融工会的授牌，成为银行乃至金融行业、全国劳模工匠精神的建设基地和品牌工程。2018年，分行工会被中华全国总工会授予“全国模范职工之家”荣誉称号，分行员工方育贝作为中国光大银行唯一正式代表参加了全国工会十七大会议。

光大银行广州分行奋力拼搏创业绩，精益管理聚士气，充满魅力的金融文化充分展现了光大人为之努力的劳动者风采，彰显了幸福和奋斗的华美辉映：幸福，都是奋斗出来的！致敬每一位劳动者！

文/戴曼曼