中国民企500强名单公布 粤企占据前十强半壁江山

入围门槛提高至200亿元，58家粤企入围

羊城晚报记者 孙绮曼

9月10日，2020中国民营企业500强榜单发布，华为以8588亿元营收蝉联第一，苏宁和正威国际分别以6653亿元及6139亿元营收位列榜单第二和第三。广东省联泰集团有限公司以202亿元营收跻身榜单第500强，这标志着2020中国民营企业500强入围门槛已提高至200亿元营收。

A 华为营收超8000亿蝉联榜首

由全国工商联主导发布的中国民营企业500强榜单自2010年开始发布，榜单以上一年度企业的营业收入额为评选标准。从今年的上榜企业营收情况看，企业入榜门槛逐步提升，上榜企业经营效益持续改善。

广东省联泰集团有限公司以202亿元营收跻身榜单第500强，这意味着2020中国民营企业500强入围门槛已提高至200亿元营收。羊城晚报记者梳理往期榜单数据发现，2019年榜单的入围门槛为185.86亿元，2018年为156.84亿元，2017年则是120.52亿元，榜单入围门槛在4年间提升超过80亿元。

从企业经营效益来看，500强中，2019年营业收入超过3000亿元的企业有10家，资产总额超过1000亿元的企业有80家，共有19家民营企业500强入围世界500强。其中，华为以8588亿元营收蝉联民营企业500强榜首及制造业民营企业500强榜首，苏宁、正威国际以超过6000亿元营收位列榜单第二、第三。

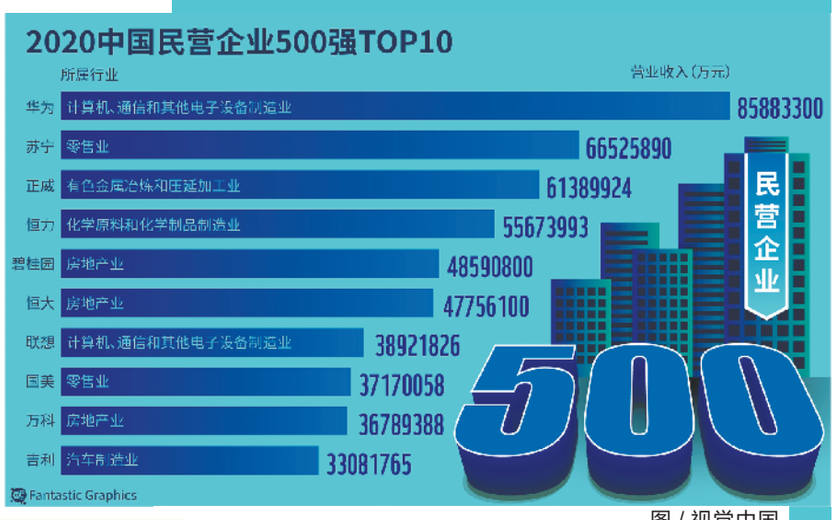

图 / 视觉中国

B 58家粤企入围民企500强

记者梳理发现，本次共有58家广东企业入围榜单，占比11.6%。虽然从数量上看，广东省入围企业数量不及江浙两省，但广东企业在实力上却远超其他省份。从营业收入总额和资产总额看，广东省继续领先于其他省份，占比分别达到18.72%和30.72%，较上年分别增长0.83个百分点和2.03个百分点。

本次榜单前十名为华为、苏宁、正威国际、恒力、碧桂园、恒大、联想、国美、万科、吉利，前十强营收均超过3000亿元。从排名来看，入围十强的企业中有8家排名上升，5家广东企业中，万科从去年的13名上升到第9名。

在本次榜单前十中，广东省企业占据5席，相比去年增加一席，持续发挥广东省民营企业头部带动作用。

2020中国民营企业500强-广东千亿企业榜单

去年排名	今年排名	企业名称	省份	行业	营收（亿元）
1	1	华为投资控股有限公司	广东省	计算机、通信和其他电子设备制造业	8588
4	3	正威国际集团有限公司	广东省	有色金属冶炼和压延加工业	6139
7	5	碧桂园控股有限公司	广东省	房地产业	4859
5	6	恒大集团有限公司	广东省	房地产业	4776
13	9	万科企业股份有限公司	广东省	房地产业	3679
16	12	美的集团股份有限公司	广东省	电气机械和器材制造业	2794
43	34	TCL（集团）	广东省	计算机、通信和其他电子设备制造业	1373
32	37	比亚迪股份有限公司	广东省	汽车制造业	1277
62	45	腾丰控股股份有限公司	广东省	制造业	1122
未上榜	54	广东鼎龙实业集团有限公司	广东省	商务服务业	1041
68	55	阳光保险集团股份有限公司	广东省	保险业	1016

C 四家企业资产过万亿元

数据显示，2020年民营企业500强企业的资产总额合计为369608.01亿元，户均739.22亿元。其中恒大、碧桂园、万科、万达四家企业资产总额均超过万亿元。

广东省民营企业作为民营经济的压舱石，向来都是民营经济发展的中坚力量。从资产总额前十榜单看，有4家广东企业入围，其中榜单前三甲均为广东本地企业蝉联。恒大集团以22066亿元的规模，位居民营企业500强资产总额榜首，碧桂园和万科以19072亿元，17299亿元紧随其后。与去年对比，恒大集团资产总额增加了3266亿元，同比增加17%。

2020中国民营企业500强-资产总额前十榜单

去年排名	今年排名	企业名称	省份	行业	2019年末资产总额（亿元）
1	1	恒大集团有限公司	广东省	房地产业	22066
2	2	碧桂园控股有限公司	广东省	房地产业	19072
3	3	万科企业股份有限公司	广东省	房地产业	17299
5	4	大连万达集团股份有限公司	辽宁省	综合	10068
6	5	中国人寿保险集团股份有限公司	北京市	保险业	9355
7	6	华为投资控股有限公司	广东省	计算机、通信和其他电子设备制造业	8587
8	7	复星国际有限公司	上海市	综合	7157
10	8	龙湖集团控股有限公司	重庆市	房地产业	6522
9	9	联想控股股份有限公司	北京市	计算机、通信和其他电子设备制造业	6241
12	10	华夏幸福基业股份有限公司	河北省	房地产业	4578

D 11家广东民企晋级千亿俱乐部

广东省民企在2019年持续发力，共有11家企业跻身千亿俱乐部行列，较2019年榜单增加2家。与去年榜单相对比，有1家企业从千亿梯队跌落，顺丰、阳光保险及鼎龙实业3家企业成功达到千亿营收。

今年500强民营企业在产业结构上仍然表现出持续优化的特点。从行业来看，11家千亿企业中房地产企业占比最大，占据3席，其中碧桂园、恒大、万科均为前十强企业。其次则是计算机、通信和其他电子设备制造业，分别为华为及TCL集团。

从排名情况来看，华为蝉联榜首，剩余10家企业中有8家相较去年排名提升，其中鼎龙集团以1041亿营收成为广东千亿民企新秀。

据2019年数据显示，民营经济贡献了广东省内50%以上的GDP、60%左右的投资、70%以上的创新成果、80%以上的新增就业和95%以上的市场主体。为支持民营企业高质量发展，广东省先后推动实施了“实体经济十条”“民营经济十条”等一系列重大政策措施，制定了10个方面59个具体的政策点。

制图：孙绮曼

肯德基必胜客“打包”遇上农夫山泉！百胜中国上市首日即破发

羊城晚报讯 记者黄婷报道：9月10日，头顶“发行价之王”光环的百胜中国登陆港股，成为第四家归港上市的中概股。IPO首日，百胜中国港股开盘即跌破发行价，盘中走势低迷，最低价相比于发行价下跌超5%。

百胜中国为何上市首日即破发？许多投资者认为是选错了上市时机。美股连跌，港股申购期处于农夫山泉冻资的期限内，让百胜中国港股的IPO带了几分生不逢时的意味。

9月10日，百胜中国正式亮相港交所。百胜中国港股（9987.HK）开盘报410港元，跌破412港元的发行价，随后走势持续低迷，收盘时报390.2港元，跌幅为5.29%。盘中最低价为386.2港元，与发行价相比下跌超5%。以收盘价计算市值为1634.94亿港元，市值蒸发了91.34亿港元。

从投资者视角看，以每手50股来粗略计算，中签一手百胜中国资金成本为20600港元，以10日收盘价计算，忽略佣金等费用，一手浮亏达1090港元。

此前，412港元/股的发行价，让百胜中国拿下“发行价之王”的称号。据同花顺iFind客户端，共有4只中概股在港交所“二次上市”，分别为京东集团、阿里巴巴、南戈壁和网易，其中发行价最高的为京东集团的226港元。

农夫山泉掀起认购高潮，让市场中的短期流动资金大幅减少，对百胜中国产生了“吸血”效应。有不少投资者认为，百胜中国选错上市时间了。

8月底，“水中茅台”农夫山泉获得超311倍的认购，孖展额1821.41亿港元，堪称“冻资王”。多家券商在很早以前就已经宣布预留的孖展额度在认购首日均已被用完，而百胜中国本次IPO整个申购期均处于农夫山泉冻资的期限内。

据统计，百胜中国港股IPO首日融资认购数仅超6倍，最终获得的认购数占初步可供认购发售股份总数的约52.32倍，这与百胜中国受到明星资本加持和在中国市场的声名并不相符。

除资金被分流外，百胜中国美股从9月起表现疲软，当地时间8日收盘价位52.32美元，约合405.49港元，412港元的港股发行价相比于美股溢价达1.6%。

根据百胜中国港股的招股书，受疫情等因素影响，今年上半年百胜中国营业收入为35.56亿美元，同比下跌17.43%；公司归母净利润为1.94亿美元，同比下跌五成，惨遭腰斩。

分析人士称，百胜中国持续开店扩张是必然选择，由于单店营收在下滑，公司必须靠开新店来支撑业绩和利润的增长。不过，目前肯德基在一二线城市市场已经相对饱和，同时三四五线城市实际上并没有足够多的消费者，下沉市场的发展空间已经被挤压得很小。

经济新动能 民企新力量
创二代来啦！

从深耕实业到金融创业 这个创二代一直在找“新奶酪”

总策划：刘海陵 林海利
总统筹：孙璇 吴江
执行：孙晶 李卉 赵燕华

文/羊城晚报记者 莫谨榕 孙绮曼 图/受访者提供

多年前，一本名为《谁动了我的奶酪》的书曾风靡全球，一位读者从这则寓言小故事中读到了传承旧财富和寻找新财富的启示，于是他在学习如何经营父辈制造业的同时，跨界创立了一家私募基金，并命名为“奶酪基金”，这位读者就是巨大集团执行董事、奶酪基金创始人庄宏东。

庄炳武和庄宏东父子

A 没办公室没电脑没秘书的“三无人士”

2009年，广州巨大集团下属的南沙东涌电视机生产基地来了一位刚毕业的年轻人。这位年轻人颇有个性，他没有办公室，甚至没有固定的办公桌，辗转在多个部门工作；他不喜欢用电脑，更拒绝繁琐冗长的管理流程，办起事来干脆利索。后来同事们才知道，他就是巨大集团董事长庄炳武的儿子、英国威尔士大学经济学新晋毕业生庄宏东。

在基层工作一段时间后，庄宏东开始思考：自己需要承担更多。在一次南美出差回来后，庄宏东向父亲主动请缨，争取到集团总经理一职。回看当初的决定，他用“初生牛犊不怕虎”来形容。“我在基层磨砺的时间不长，就开始做管理岗位，做了总经理之后，各种难度才显现出来。”

“当时我只是一个毕业不久的年轻人，开始学习管理一家工厂，领导能力、管理经验、专业知识都不足以驾驭。”庄宏东回忆，虽然父辈明面上没有提供帮助，但背后肯定做了一些工作。大概用了几年，他才从企业管理中摸出点门道。

庄宏东和传统管理者有着截然不同的风格。“我总是开玩笑说自己‘三无人士’——没有办公室、没有电脑、没有秘书。没有办公室，我可以天天‘混在’员工中间；没有电脑，小事平板解决，大事面对面沟通，提高效率；没有秘书，减少上传下达的环节。”这“三无”成了庄宏东快速融入企业的小秘诀。

很快，这个“企二代”发现了自己的优势。“站在父辈的肩膀上，我有机会接受到更多的教育。作为年轻人，我了解同龄人的消费喜好，和父辈在交流碰撞中也容易捕捉到产业商机。”在庄宏东的推动下，巨大集团的创新步伐加快。集团以影碟机起家，后来主要出口音响、电视机等产品。进入集团后，他参与开发了平板电脑、会议显示屏等多个品类，这正好迎合了移动互联网趋势。

同时，庄宏东利用自己的语言优势，积极开发中东、东南亚、非洲市场。“大多老一辈管理者囿于时代环境，在境外市场开拓中不得不带上翻译，交流免不了有阻碍。我飞到非洲、东南亚、中东和当地的客户面对面谈，开发了不少新市场。”庄宏东的开拓很快有所回报，在任职总经理两年间，他管理的企业实现了营业额翻倍。

B 做金融不仅仅是为了管理自家资产

2015年，在巨大集团工作了6年多的庄宏东和父辈商量后决定：成立私募基金，让巨大集团进军资产管理领域。“可能有的人会觉得，作为一个‘企二代’，家里有了财富基础，就做金融去管理自家资产。从我个人角度，不是这样的。”庄宏东一边说着，一边摇了摇头。

“出国读大学前，我要对自己的专业方向做一个选择，当时就选了金融。金融一步步烙在我的成长轨迹上，是我的必由之路，父亲也十分支持。”庄宏东表示，这个选择既是深思熟虑，又是自然而然。除了他自身对金融兴趣浓厚之外，从巨大集团来说，选择开拓金融领域也有重要考量，一方面是集团长足发展需要寻找新的奶酪，另一方面也是顺应时代的发展。

庄宏东拿出一张名片向记者展示，名片背面，“巨大集团”四个大字下面写着“科技·地产·金融”。“这基本上是我们巨大集团的发展脉络。”庄宏东说，巨大成立于1996年，从制造业起家，打拼多年积累了一批资金。巨大将这笔资金投入到地产行业，巨大创意产业园等多个产业园区拔地而起，成为第二个十年的支柱业务。如今，制造和地产业务带来的庞大现金流，集团需要再次寻找新的产业方向，金融成了首选。

“成立私募时，父亲跟我说，你今天出来做金融，不是因为家里有资源给你做金融，而是因为你自己有能力把这个事业做好，你要做到行业的佼佼者。”

成立四年多来，奶酪基金运行稳健。带着实业派私募的“标签”，庄宏东表示，实业经历让他对二级市场投资有独到理解。“二级市场投资和做实业是一脉相承的逻辑，做投资就是要选择优质企业。我们用做实业的思路和眼光去选择投资标的，就是一种价值投资，会让基金走得更加稳健。”

C “我喜欢收藏‘黑天鹅’来提醒自己”

在奶酪基金的办公区里，记者不时会看到各式各样的“黑天鹅”摆饰。二级市场投资者往往对“黑天鹅”避之不及，但庄宏东却对它“情有独钟”。“我喜欢某水晶品牌的黑天鹅饰品，每次出差回来总会带一些。常常带回公司，后来同事们都不让我进来。”庄宏东笑着说。

“我收藏黑天鹅就是要提醒自己，时刻要有危机意识。”私募基金行业淘汰率高。在庄宏东看来，奶酪基金要生存下来，稳健是第一位的，需要建立严格的风控体系。而这种强烈的危机意识，正和父亲庄炳武一脉相承。

庄炳武来自广东汕头潮阳，和很多创一代的潮商相似，上世纪80年代开始创业，先后办过服装厂、家具厂。1996年，他成立巨大集团，以生产家庭使用的VCD为主，是国内最早进入碟机行业的企业。此后，集团不断发展，经过20年的努力，产品从单一的VCD机发展覆盖了液晶电视、家用音响、无线数码等多种音视频产品，从只能简单地加工生产发展到拥有专业的研发团队。

“巨大是做影碟机起家的，现在家庭几乎都看不到影碟机了，如果我们做不到不断应对新变化，不可能发展到今天。”在庄宏东的印象里，父亲有着潮商脚踏实地、吃苦耐劳的典型特质，同时对产业趋势、业界变化有着敏锐的触角，且时刻保持着居安思危的危机意识。“我们每年都会推出一个新产品立项，当然有成功也有失败，但我们一些好产品都是从这些尝试中来的。”

在传承潮商务实进取的企业家精神的同时，庄宏东认为，新一代潮商也有他们的优势。“开拓性、前瞻性，可能是我们‘企二代’能带给企业最重要的东西。”从开发平板电脑和会议显示屏到开拓非洲、中东、东南亚市场，从实业经营到跨界金融，庄宏东一以贯之的思路是为巨大集团拓宽新赛道。如今，多年布局已经初显成效，今年疫情突然暴发，巨大集团部分出口业务受阻。“得益于我们一早在非洲国家的布局，非洲份额提升至出口额的两成以上，大大对冲了疫情带来的风险。”庄宏东表示。

羊城晚报 对话创一代

庄炳武：子承父业应该是对文化、对精神的传承

羊城晚报：作为创业的“一代”企业家，在您看来，“一代”和“二代”企业家最大的差别在哪里？

庄炳武：两代人的生活经历和文化理念不同。大多数“一代”企业家没有父辈提供的羽翼，受教育程度普遍不高，都是在艰苦环境下凭借着自身的胆识、远见以及多年摸爬滚打的经验成长奋斗起来的，大部分都低调、朴实。身上更多的标签是艰苦创业、埋头苦干和不屈不挠。但“二代”企业家有更全球化的视野、更现代化的认知，他们的思想开放、活跃，尽管机遇难得、挑战更多，但他们身上有更大、更强、更好的可能。

羊城晚报：庄宏东在实业之外，又独立创业设立了奶酪基金，您对此怎么看？

庄炳武：我扎根实体经济已有30多年。目前巨大集团致力于打造视听产业新生态，是广东省两家“国家高新技术产业标准化试点单位”之一。长期以来，巨大集团深耕实业生产，却缺乏资本领域的布局，尤其今年我们经历了疫情，民营企业遇到一定的挑战。

奶酪基金在创新投资模式，推进产业与资本的有效融合方面有自己的独特想法，通过对成长期、成熟期的优秀企业投资，可以进一步完善集团实业产业链，推动集团在多个领域具有更加广阔的合作空间，让集团拥有更大的产业主动权和话语权。我们认为，一条腿走路终归是不行的，要积极谋求转型升级，奶酪基金正好是一个契机。

羊城晚报：子承父业是中国很多年来的传统，您对儿子的期望是怎样的？

庄炳武：子承父业是一种传承，但我认为应该是对文化、对精神的一种传承，并不是对父母事业的一种传承。成功没有快车道，希望他能够承接我们这一辈人的理想和信念，秉持“实业兴国才是硬道理”的理念，用心做事，不断挑战自我、刷新自我、超越自我，在实践中不断积累经验，获得自己的成功。

羊城晚报：您认为最重要的企业家精神是什么？如何将这种精神传承下去？

庄炳武：艰苦奋斗、敢闯敢干、专注品质、追求卓越、坚韧不拔、无私奉献等，这些都是老一代优秀企业家身上的精神特质，更是重要的无形财富。虽然我们不服老，但不得不承认，我们正在老，或许，对年轻人的传、帮、带，让他们在传承中创新发展、专注品质、追求卓越，是我们“一代”企业家的使命和责任。

云店半年销售破5亿元，3年美妆新零售探索晒成绩单

屈臣氏：美妆行业的红利期并未过去

羊城晚报讯 记者许悦报道：长期以来，消费者购买新款美妆产品的首选方式，一直是在门店试用免费的化妆品，但新零售的入局改变了这种美妆产品的购物体验方式，今年的疫情更是成为企业数字化转型成效的试金石。在这条道路上探索已有多年的屈臣氏，近日罕见地主动晒出成绩单，今年上线仅6个月的屈臣氏官方云店，销售额已突破5亿元。

公开资料显示，屈臣氏在内地市场的新零售变革始于2017年，但为什么销售直到3年后才引爆？在接受羊城晚报记者采访时，屈臣氏方面将其总结为“厚积薄发”。据其相关负责人介绍，屈臣氏已在全国近500座城市开店超过3900家，拥有6500多万活跃会员。“现在已经成功转型为‘在线、线下’融会贯通的年轻新势力。”

对于今年主推的官方云店，屈臣氏将其上升为新的商业模式。记者留意到，屈臣氏云店虽然跟很多美妆品牌一样，都是通过微信小程序入口展示和销售产品。但因为有了全面数字化布局，云店能将传统的线下服务延伸至在线，其中的一大优势，就是可以定位到距离用户最近的屈臣氏门店，商品最快1小时送达用户手中，这样一来，遍布全国的店铺和电商仓就都成为了“前置仓”。据介绍，上线仅6个月，屈臣氏官方云店销售额便已突破5亿元。

向数字化靠拢也成为了其他众多美妆品牌新零售转型的首选。羊城晚报记者近日体验广州美妆市场了解到，屈臣氏2017年时推出的“门店自提”和“闪电送”服务，已经成为了很多美妆品牌新零售的标配。

屈臣氏相关负责人表示，中国美妆行业的红利期并未过去，中国女性美妆市场也会随着年轻族群的更迭不断焕发新的活力。有大数据的赋能，能够获得更为精准的用户画像，用户需求在数字化能力的加持下，变得更加可知可控。

新华基金栾超：成长股仍将是未来主要投资方向

近期A股持续震荡，科技等前期表现强势的成长板块反复调整。新华景气行业混合拟任基金经理栾超表示，成长股仍将是下半年一个主要的投资方向，未来市场将更加理性，“真成长”在调整时是比较好的买点，看好新经济的方向，包括TMT、新能源和医药。

据了解，目前栾超管理的新华景气行业混合正在发行中，该基金优选出景气程度高或趋势向好的景气行业，再从中精选具有良好基本面和较高成长性的公司进行投资。（杨广）