

# 格力电器大方分红内藏玄机

未来三年要拿出一半净利分红，或为董明珠连任铺路

羊城晚报记者 黄婷 实习生 张田

农历年末到，分红一向慷慨的格力电器(000651)就官宣了“发大红包”的消息。近日，格力电器发布《未来三年股东回报规划(2022年-2024年)》(以下简称“规划”)。根据规划，在公司现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司2022年至2024年每年累计现金分红总额不低于当年净利润的50%。

分红消息一经传出，就引起大批股民关注。有网友称格力为“良心公司”，也有人持审慎态度，称分红掩盖不了业绩颓势和股价下滑。

不过，至少从短期看来，这则消息有效地提振了市场信心。1月25日，格力电器高开，盘中最高涨幅为3.11%，达到40.06元，收报38.89元，微涨0.1%。虽然涨幅不大，但是在A股三大指数集体重挫的情况下，有此涨幅实属不易。

## 上市26年仅4年未分红

珠为谋求连任而做出的铺垫。”

记者梳理发现，格力在分红上向来出手阔绰，在家电行业中常年高居第一名。即使放眼全A股4908家上市公司中，累计分红金额排名仍高居第21位。

同花顺iFind数据显示，自1996年上市以来，截至去年年末，除1997年、2006年、2017年、2021年末实施分红外，格力26年内共实施现金分红

22次，累计现金分红为843.18亿元。期间累计实现净利润1907.52亿元，分红率高达44.20%。

其中2020年的分红更是“豪气”，分红金额高达226.74亿元，分红率为102.25%。值得注意的是，这正是格力完成混改的第一年。2019年，格力电器启动混改，高瓴斥资416.62亿元受让格力电器15%的股份，成为格力电器单一第一大股东。

## “回购王”难挡股价回落

基础上，与海尔、美的两家白电企业相比，格力电器2021年三季度的业绩稍逊色，低于市场预期。格力电器去年三季度实现营业收入470.83亿元，同比减少16.50%；实现归属于上市公司股东的净利润61.88亿元，同比减少15.66%。

而老对手美的集团2021年三季度的营收和利润在三家企业中居首，稳坐“白电一哥”的位置，但增速较去年上半年有所放缓。

根据产业在线数据，去年空调行业整体实现货15259万台，同比增长7.90%，相较于疫情前的2019年有1.3%的微增。

内销方面，格力和美的全年分别

实现出货量3165万台和2818万台，同比分别增长6.80%、9.90%，表现均优于行业平均水平；从绝对值来看格力依旧保持领先地位，两者出货份额合计达70.60%，较2020年提升了1.8个百分点，集中度进一步提升。

出口方面，格力和美的全年分别实现出口销量1109万台、2578万台，同比分别增长3.80%、15%，格力外销表现弱于行业平均水平。

据格力电器公告，公司正积极拓展出口渠道，去年上半年加速海外电商团队搭建，外销市场空间有望进一步打开。第三季度格力外销量同比增长13%，外销市场份额同比增长1.4个百分点。



格力电器董事长兼总裁董明珠  
视觉中国 供图

## 正谋求第二增长曲线

在成本压力增大和空调市场竞争乏力的背景下，白电三巨头纷纷采取措施，以多元化战略来弥补利润遭蚕食的局面。陷入增长困境的格力也通过进军新能源汽车核心零部件产业，寻找企业的第二增长曲线。

去年8月底，格力电器披露公告，公司当日通过参与司法拍卖公开竞拍方式，竞得银隆新能源股份有限公司30.47%的股权。同时，董明珠将其个人持有的银隆新能源17.46%股权对应的表决权委托公司行使。交易完成后，格力电器合计控制银隆新能源47.93%的表决权，银隆新能源成为控股子公司，随后还更名为格力钛新能源。

继控股银隆新能源之后，格力电器又将制冷元器件行业龙头收入囊中。2021年11月，格力电器抛出消息，公司拟通过受让股份及包揽定增方式，合计出资约30亿元，收购A股公司盾安环境38.78%的股权。

事实上，控股盾安环境，也与格力电器布局新能源汽车核心零部件产业有关。格力电器在公告中称，盾安环境新能源热管理器相关产品矩阵完善，目前已经同国内众多知名企业开展业务合作；格力电器可快速切入新能源乘用车热管理赛道，并通过自身的采购及生产优势，形成规模效应，提高产业竞争力，扩大市场份额。

## 茅台1935被市场热炒 高价囤酒还能赚翻吗？

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

据媒体报道，在发布会当天下，指导价1188元的茅台1935未卖先火，有人高价求购，市场价格已达1800元。上市后，有经销商拿到的第一批现货“半小时就被抢购一空，自己都来不及留一点”。在某电商平台，有几十万人预约抢购，到货秒光。

对茅台而言，抢是为了图，图是为了炒，炒是为了赚。一个消费品活生生变成了投资品。能支撑投资逻辑的，是一种持续上升的预期。网上曾经有人说，养老服务靠茅台：每年花2万元买一箱茅台存在家里，几十年后，茅台酒就成了年份酒，然后每年卖一箱，到时估计可以涨10倍以上的。这样不但能防通胀，年份酒还能更加值钱，比存钱储蓄还更加靠谱。

不过，这很可能就是后视镜理论：这几年高端白酒涨价非常猛，于是就用过去来想象将来的升值空间。翻看历史，国人因货博升值的门类可谓五花八门，如今再看，结果还是输多赢少的。因为道理很简单，如何保证几十年后的市场的认知还是一致的呢？如果今天的年轻人几乎远离所有白酒，那么当他们上了年纪之后，投资方向更加分化，还会对这种收藏类别热衷吗？

别说几十年后，即使是短期，茅台也常常因为大经销商出货、厂家供货比较充足导致价格下跌。从过去来看，茅台也是有周期的，有财经分析就认为它基本上就是涨五年、休五年，2016

## 中欧量化先锋基金即将发行

开年后板块轮动加剧，分化行情影响赛道基金投资体验。在此背景下，中欧基金基本面量化受到持续关注。据悉，拟由中欧基金投资总监曲径掌舵的中欧量化先锋基金即将发行，该基金将通过基本面量化策略，力争为持有人挖掘市场超额收益。

截至目前，曲径从业时间超14年经验，国内公募基金管理经验超过6年。依托于中欧基金体系化投研，曲径擅长借助基本面逻辑驱动和数据赋能，通过基本面量化，为持有人争取持续稳定的超额收益。

(杨广)

## 专题

钱包鼓了，技能强了，信心足了！

# 伊利携手合作伙伴奔向共同富裕

心怀热爱  
奔赴山海

伊利组织中外专家为合作伙伴进行技术指导



伊利携手全球合作伙伴加速奔向共同富裕



伊利经销商李峻然的公司业绩位居成都前列

2022年1月25日，伊利通过线上直播形式举办了“聚势创变，向新而行”2021年年会。年会通过XR特效打造“未来式”场景，来自海内外的十余万伊利人及家属、合作伙伴相聚云端，用欢歌笑语辞旧迎新，用一个个奖项见证伊利人的荣耀时刻。据悉，伊利在2021年获得突破性发展，为激励员工再接再厉，全年向员工发放了超过12亿元激励奖金。在前不久闭幕的全球合作伙伴大会上，伊利也精心准备了100多个奖项，重奖优秀合作伙伴，激励他们在来年与伊利携手再创辉煌。

据悉，伊利在2021年坚持“全面价值领先”目标，携手全球合作伙伴再创辉煌，前三季度实现营业收入850.07亿元，率先开启中国乳业“后千亿时代”。据悉，在本次年会及刚刚闭幕的全球合作伙伴大会上，伊利共出资超过1亿元重奖优秀员工和合作伙伴，激励他们在来年再创新辉煌。

乳业横跨上中下游产业链，下游经销商是乳企重要的合作伙伴。据了解，伊利多年来始终坚持“厚度优于速度，行业繁荣胜于个体辉煌，社会价值大于商业财富”的理念，带动全国13000多家经销商、500多万个销售网点共同成长，实现互利共赢，引领行业从业者向着共同富裕的目标迈进。

李峻然是伊利成都经销商，与伊利合作20多年。2021年，公司的销售业绩进入高增长阶段。“这与伊利坚守品质，并在疫情危急时刻保证供应、让利于民，与我们经销商同舟共济密不可分。”李峻然表示，这些年与伊利合作，他感受到伊利的管理能力、产品品质等都在大幅提升，这给他们经销商很大的信



伊利集团董事长潘刚在2021云年会上致辞

心，“在伊利的帮助下，我们的业务规模位居成都前列，我们未来愿与伊利携手守护健康梦想。”

正如李峻然所说，伊利视经销商为重要合作伙伴，重视经销商发展，帮助经销商提升经营能力和盈利水平，与经销商共发展。据了解，早在2016年伊利就成立了“经销商发展学院”，推进社区渠道、电商渠道、直播渠道专项培训、支持经销商新员工岗位胜任培训、加强经销商质量环节管控培训等，提升经销商渠道管理能力、数字化管理水平和质量管控意识，为经销商可持续发展提供全面支持。同时，伊利还为经销商免费打造“云商系统”，实现线路、成交率和重点品相铺市率三方面把控，帮助经销商进行数字化管理，加强终端销售的服务水平。除了提供技能培训、技术支持外，伊利还积

极为下游经销商提供资金支持，提高经销商应对风险的能力。通过创新产业链金融，伊利探索了一种以“核心企业承担实质性风险责任”为特色的产融结合模式，有效解决了产业链中小企业融资困局。据了解，截至2021年12月31日，伊利累计为8590户产业链上下游合作伙伴提供金融扶持，累计融资金额达929.94亿元。其中，2021年1月1日-12月31日发放融资款约75.96亿元。

“我们将饱含对健康生活的热爱，以蓬勃发展的伊利，勇往直前，阔步前行，与产业链合作伙伴共同开启全球乳业的‘东方时代’。”伊利集团董事长潘刚在云年会上致辞表示，站在“后千亿时代”的新起点上，伊利将携手全球合作伙伴“咬定青山不放松”，带动产业链合作伙伴共同成长、共同富裕，推动“让世界共享健康”的梦想早日实现。

2022年1月27日/星期四/民生新闻部主编  
责编 王敏/美编 温亮/校对 李红雨

A16