

北京银行:转型步伐加快 净利同比增长8.56%

○本报记者 李明

2019年8月27日,北京银行(601169)公布2019年半年度报告。上半年,面对复杂多变的经济金融形势和更加激烈的市场竞争,北京银行深入贯彻落实党中央关于金融供给侧结构性改革的战略部署,紧扣高质量发展工作主线,稳中求进、改革创新、优化结构、科技赋能,实现了业绩品牌、发展战略、服务特色、管理效能等的全方位新提升,在建设“百年银行”的道路上迈出了新的步伐,向广大投资者交出了一份满意的答卷。

公司资产规模和经营绩效实现稳步增长,全球排名和品牌价值实现同步提升,连续六年跻身全球百强银行。截至6月末,北京银行表内外总资产达到3.41万亿元,其中表内资产总额2.67万亿元,较年初增加975.85亿元,存、贷款总额分别达到1.52万亿元和1.36万亿元,增幅分别为9.70%和7.67%。实现营业收入327.42亿元,同比增长19.64%;实现归属上市公司净利润128.69亿元,同比增长8.56%;净息差1.91%、净利差1.83%,同比提升9BP、21BP;资产利润率(年化)0.99%,加权平均净资产收益率(年化)13.82%,成本收入比18.34%,经营绩效继续保持上市银行优秀水平。在世界品牌实验室品牌价值排行榜中,品牌价值达到548.8亿元,较上年大幅提升100亿元,排名中国银行业第6位;在英国《银行家》杂志全球千家大银行排名第61位,较上年提升2位,连续六年跻身全球百强银行。



行,品牌美誉度和影响力进一步提升。

践行服务区域经济的初心使命,全力服务首都“四个中心”功能建设和京津冀协同发展、长三角一体化、粤港澳大湾区等重大国家战略。上半年,北京银行坚持以服务首都为战略重心,全力服务北京“四个中心”功能建设,城市副中心、十大高精尖产业发展、城南三年行动计划等重大战略,大力支持北京市副中心职工集体土地项目、新机场线等一大批重点项目。作为唯一合作金融机构,全力做好世园会综合金融服务,在园区内设立金融服务站,代销世园会特许贵金属产品,独家发行世园会主题银行卡,注册全国首单世园债,成功举办世园会北京银行主题活动,累计支持世园会公司客户140余户,支持世园会建设贷款余额5.5亿元。宁波分行、南通分行相继开业,全行开业分支机构达到661家,服务覆盖范围更趋完善。各外埠分行立足当地,强化特色,积极服务区域经济,如杭州分行全力推进科技金融“百凤千鹰”行动计划、南昌分行深挖江西丰富旅游资源推出智慧旅游卡,在全国各个区域进一步擦亮了北京银行的服务品牌。

坚决贯彻落实国家战略,擦亮科技金融、文化金融、普惠金融“三大品牌”,强化业务模式创新、服务方案特色、渠道合作创新“三项创新”,小微金融服务特色更加彰显。科技金融方面,推出科创板服务方案,支持科创板申请企业28家,累计授信超41亿元,北京市27家受理企业中,17家为北京银行客户。响应国家号召,升级“智权贷”产品,积极延伸知识产权质押融资服务范围,更好满足“专精特新”科技企业融资需求。“中关村小巨人创客中心”发展势头良好,会员超1.8万家,累计入驻企业66家,为2955家会员企业贷款981亿元,获评“第二批北京市中小企业公共服务示范平台”,并与国家知识产权局申协北京中心共建“知识产权孵化基地”,成为银行创新服务初创企业的经典样板。科技金融服务模式获人民银行、银保监会《中国小微企业金融服务报告(2018)》专题报道。截至6月末,全行科技金融贷款余额1526亿元,较年初新增73亿元,增幅5%。文化金融方面,与北京市文化和旅游局签署战略合作协议,发布“文旅贷”金融服务行动计划,计划未来5年全国范围内文化旅游贷款投放不低于500亿元、支持1000户文旅企业成长壮大。加强文创专营支行和文创创客中心建设,雅和文创支行文创业务占比达到100%,成为首都文化金融领域的一张亮丽名片。

研发“创意设计贷”,发布影视全产业链专属产品“影视贷”,文化产业细分行业一站式精细化服务能力显著提升。助力博纳影业“中国骄傲三部曲”(《烈火英雄》《决胜时刻》《中国机长》)制作发行,献礼新中国成立70周年。截至6月末,全行文化金融贷款余额641亿元,较年初新增113.7亿元,增幅21.6%,文化金融首都市场占有率继续保持第一,并荣获“2019中国文旅企业最佳服务银行”称号。普惠金融方面,升级“富民直通车”助力实体经济服务体系,与中国普惠金融研究院等机构开展产学研合作,启动“千院计划”,计划3年内支持1000家精品民宿小院发展,为小微企业主的发展带来“活力”和“实力”,为“美丽乡村”建设增添“魅力”。截至6月末,全行普惠金融贷款余额614亿元,较年初增长22%。

公司业务坚持“存款立行”、“结构优化”,围绕实体经济需求强化“商行+投行”服务特色,业务规模站上新的台阶。公司业务多措并举稳存增存,存款时点突破1.1万亿元,全国市场份额1.85%,较年初提升0.02%。围绕供给侧结构性改革重点领域优化信贷投放结构,合理控制存款成本。圆满完成北京市首次地方债柜台发行任务,协助北京市规划和自然资源委员会实现全市非税收入便利缴款,助力首都营商环境优化。发布“京信捷”供应链金融创新产品,创新升级“京管+”企业手机银行,供应链金融线上化、数字化、场景化发展取得显著突破。发挥投行业务服务优势,上半年债券承销规模767.7亿元,同比增幅19.5%,银行间市场承销规模较2018年末上升2位,位列第12位,承销只数保持北京地区市场第一位;牵头银团项目放款规模同比增幅163%,并购顾问费、银团手续费同比增幅165%、84%,成为投行业务新的增长点。业内首家创新打造“并购+”生态伙伴合作品牌,并购项目放款同比增长71.4%。

零售业务深化“一体两翼”、“移动优先”,行内占比稳步提升,转型成效持续彰显,蝉联《亚洲银行家》“最佳城市商业零售银行”大奖。截至6月末,全行零售资金余额6975亿元,零售存、贷款均实现全国市场份额以及行内占比的双提升,储蓄存款余额3339亿元,较年初增长16%,北京地区储蓄增量稳居同业第一。大力发展个人经营性贷款、消费贷业务,零售贷款增量占比达全行占比突破30%,增量占比达40.9%,成为拉动全行贷款增长的主要动力;零售利息净收入同比增长达34.8%,全行占比同比提升

4.4个百分点。零售存贷利差较年初提升33BP。深化“移动优先”战略,手机银行APP持续迭代升级,平台运营能力和客户体验持续提升,手机银行结算交易量同比增长44%,月活客户数同比增长90%。把握ETC业务发展契机,业内首家与北京速通公司合作实现ETC跨区域办理,业务范围覆盖至全国。推出信用卡线上分期产品“易贷”,创新“悦行信用卡”、“数字信用卡”等新产品,信用卡业务创新发展能力持续增强。

金融市场业务坚持“回归本源”、“两高一轻”,经营效能稳步提升。聚焦“一带一路”建设,积极打造“丝路汇通”品牌,国际业务表内资产规模达到882亿元,新增外币债券及结构性投资规模同比增幅178%;自贸区外汇贷款规模在所有开办上海自贸区业务的28家中资银行中排名第6。入选人行资管部“京创通”首批6家试点银行,托管全国首只地方“纾困基金”,创新推出转贷款业务,全力助推民营经济和小微企业发展。截至6月末,托管、信用证、结售汇、福费廷、票据转贴现、黄金、债券借贷等金融市场业务实现中收同比增幅24.8%。拓展基金投资业务,实现分红收入近10亿元。货币市场交易总量达到8.75万亿元,同比增长86%。扩大负债来源,同业负债加权成本较年初下降78BP,同比下降99BP。获得人民币外汇即期尝试做市商、全国银行间同业拆借中心、同业存款交易业务主参与机构等资质。金融市场业务全行利润“增长极”,结构“平衡器”、客户“黏着剂”作用进一步增强。

举全行之力推进数字化转型战略,金融科技子公司正式开业,“四项机制”敏捷落地,线上业务规模快速增长,成为高质量发展的新引擎。上半年,召开全行数字化转型大会,制定数字化转型三年行动规划。北银金融科技子公司正式揭牌,并迅速投入重点项目建设,成为全行科技建设的“蓄水池”、技术创新的“孵化器”。加快“四项机制”实施,打造以项目为单位的扁平化敏捷作战单元,打通业务系统与创新系统、项目管理系统、资源系统、财务系统、人力资源系统、科技资源系统等重点项目的集中优化配置。加快推进理财推荐、知识图谱、风险滤镜等人工智能项目,大数据服务拓展至210项。积极推进分布式金融



业务平台,私有云平台建设,荣获工信部金融行业“十佳上云”奖项。线上业务加快对公、零售网贷平台,反欺诈平台,风控模型平台等核心平台建设,全行线上业务贷款余额突破180亿元,授信客户突破800万人,展现出强劲发展势头。此外,顺义科技研发中心将在年底前竣工验收,将极大提升北京银行的科技硬件实力,为数字化转型提供更为强有力的支撑。

夯实全面风险管理体系,强化金融科技对风险防控的有效赋能,实现对重点领域风险的前瞻防控和妥善应对,确保全行资产质量保持上市银行良好水平。完善风险防控策略,持续加强房地产、融资平台、产能过剩等重点领域风险管理。从严管控大额风险暴露,完成大额风险暴露管理系统第一期项目建设,实现对集中度风险更为科学审慎的有效管理。加快风控数字化转型,实施风控指挥中心和三期项目建设,完成“京行预警通”系统上线,实现企业信息深度挖掘、风险信息实时提示、舆情信息分类梳理的有机统一,成为前瞻性、智能化风险防控的有力武器。截至6月末,全行不良贷款率1.45%,拨备覆盖率212.53%,拨贷比3.08%;核心一级资本充足率、一级资本充足率、资本充足率分别为9.03%、9.92%、12.09%,在经济下行期继续保持良好的风险抵御能力。

北京银行董事长张东宁表示,北京银行将继续坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,不忘初心、牢记使命,再次吹响数字化转型、高质量发展的“集结号”,持续跑出敏捷迭代、创新驱动的“加速度”,推动北京银行战旗继续劈波斩浪、扬帆远航,以更加优异的业绩向新中国成立70周年献礼。

山西国投“明珠” 广誉远焕发新生机

○本报记者 严肃

远这张历经沧桑的中华老字号品牌,历经磨难凤凰涅槃,持续焕发新的生机,成为A股医药上市公司中的一颗“明珠”。

山西国投成立于2017年7月,注册资本500亿元,根据授权,主要负责国有资本投资运营、国有股权持有及投资、资产管理及债权债务重组、企业重组及产业并购组合、企业及资产托管、收购、处置等相关投资与运营业务。截至2019年6月末,其资产总额2.96万亿元,净资产7550亿元(未经审计)。

有业内人士认为,广誉远此次引入山西国资,一是双方通过全面合作,深挖山西道地药材、传统中医文化资源和人才资源优势,将有利于把广誉远这个山西最知名的中药老字号打造成为山西经济发展新的标杆企业,进一步壮大晋药品牌,实现快速发展;二是有利于广誉远自身完善资本结构和公司治理,为山西这个煤炭大省产业转型升级增添新动能,助推山西上市公司产业结构调整升级。据悉,此次山西国投为东盛集团在山西省的投资计划将提供全方位政策支持,不仅是资金方面,更涉及税收、人才

引进、住房安置、研发奖励等一系列政策。这也被市场认为是山西全方位支持以广誉远为代表的中医药企业快速发展的重要举措。

山西国投董事长王俊彪表示,通过双方全面合作,力争将广誉远这个山西最知名的中药老字号培养成为山西经济发展的新的增长极和新动能的标杆企业,对山西省培育壮大晋药品牌、引领山西中药产业快速发展、加快建设中医药强省具有重要的战略意义。

此次山西国投战略投资广誉远,在广誉远掌门人郭家学看来,为百年国药老字号广誉远注入了强大的动能,山西国投的战略入股也将提升和整合公司的资本优势、品牌优势、市场优势、产业优势及文化优势,全面为广誉远赋能,合力将广誉远做优、做强、做精、做大。

据接近广誉远相关人士了解,2019年,是广誉远转型再创业后第二个五年规划的开局之年,公司以调整和改善财务结构为核心,坚定围绕“全产业链新打造广誉远高品质中药”的发展战略,专注于经典国药、精品中药、养生酒及精制品四大业务板块,依托新建广誉远中医药文化产业园

和研发基地,整合营销、渠道、品牌、研发优势资源,全面聚焦广誉远国药产业,强化内部管理,持续提升上市公司净利润,实现公司高质量稳健增长,以优良的经营业绩回报投资者,全力为投资者创造价值。目前,广誉远感冒清热颗粒、甘露消渴胶囊、小儿咳喘灵口服液和全新的龟龄集酒四款新品也已近期隆重上市,未来可期。

习总书记指出“要着力推动中医药振兴发展,坚持中西医并重,推动中医药和西医药相互补充、协调发展,努力实现中医药健康养生文化的创造性转化、创新性发展。”据有关人士了解,此次合作也受到山西省政府的高度重视,山西目前正在积极布局中医药产业,根据山西省中医药发展的战略规划,到2020年山西要把中医药产业打造成全省经济的重要支柱产业之一。山西国投携手东盛集团合力做强做大广誉远,一方面有利于新旧动能转换中的山西快速壮大中医药产业,打造山西中医药航母,另一方面也为广誉远长远发展提供了战略保障和市场空间,此次民营上市公司与国资的战略合作是一次真正的“双赢”。

好想你:产品结构优化 营收稳步增长

本报讯 8月23日晚间,好想你(002582)发布2019年半年报。报告期内,公司实现营业收入28.57亿元,同比增长8.81%,归属于上市公司股东的净利润1.27亿元,同比增长22.75%。实现每股收益0.25元,同比增长25%。

太平洋证券研究员黄付生指出,好想你作为红枣领导品牌,联手百草味进军休闲零食,百草味2019年线上份额稳增长,线下积极开拓,成长性佳,本部红枣期货利好业绩,清非菲产品放量值得期待,同时好百融合管理、机制上不断推进。基于对百草味行业地位的看好和本部的持续改善预期,维持公司“增持”评级。

产品为基 稳步推进大单品策略

分产品来看,坚果类产品实现营业收入14.51亿元,同比增长12.90%,果干类产品实现营收3.38亿元,同比增长10.15%,肉脯/海鲜类产品实现营收3.14亿元,同比增长42.65%。从毛利率来看,百草味核心品类坚果、果干、肉脯/海鲜类毛利率均在28%-29%左右,本部红枣品类毛利率在38%左右。上半年百草味核心品类毛利率均有所提升,其中肉脯/海鲜类毛利率提升较大,达9pct,而本部红枣品类毛利率下降明显,下降4.13pct。优势品类毛利率不断提升收入增速较快,传统品类有所下滑,公司产品结构不断优化。

好想你不断丰富产品品类的同时,深入推进产品小组制的高效运行,以客户为中心,以市场为导向,同时加速打造爆款产品,满足消费升级的需求。公司坚持细分品类“数一数二”的爆款原则,加大大单品和潜力新品的打造,确保核心品类稳增长,美味零食快扩张,新品类点突

破。以“每日坚果”、“清非菲”为带动,礼盒类、坚果类、果干类、冻干类为重点,实现腰部核心爆品打造+规模上新并举,通过各细分市场的TOP产品系列/单品的爆品化打造,带动整个产品线胜出。同时,将产品品类对应到场景、人群,针对不同的渠道用户打造定制化的产品,实现精准化营销,加速公司健康食品业务的战略布局。2019年上半年大单品策略继续取得显著成效,其中“每日坚果”系列销售额2亿元左右,“清非菲”销售额突破4000万元,凭借极致单品的打造推动公司业绩快速增长。

渠道为流 促进销售网络立体化发展

好想你主要销售渠道有电商渠道、专卖渠道以及商超渠道,目前电商渠道已成为公司最重要的销售渠道,其营业收入占公司总体营业收入的80%以上。公司在休闲食品行业长期位于前两名且市占率稳步提升,下半年势必会通过更高效的发展提升市占率,在稳固TOP2行业地位的同时寻求新的突破。专卖店渠道围绕“大突破、稳增长、谋合作”的营销大纲,集中资源重点打造河南市场,充分聚焦三种店型:即4.0旗舰店、标准店、社区店,实现线下核心网点、骨干网点、基础网点全面覆盖,大力巩固及开发团购渠道,提升品牌影响力。报告期内,百草味线下渠道的建设也取得了阶段性成果,除了与阿里零售通以及京东新通路等平台达成战略合作外,还于618期间在杭州湖滨银泰in77推出了首个“百草味·零食优选”线下门店;同时,公司大力开发流通渠道,借助经销商资源开发商超渠道和出口渠道,实现全渠道业务发展。

线下专卖店分布在河南省内及省外区域,经营模式以直营为辅,加盟为主。2019年半年度直营门店的平均店面平效为1.23万元/平方米/半年。公司有近60家仓储中心,遍布国内大中型城市,充分保障了产品的供应。

品牌为魂 保障可持续发展动力

好想你将品牌定位为“健康、时尚、快乐、品质”,向消费者传递“世界任你作品”的品牌主张。公司和故宫、颐和园深度合作,打造中国文化系列产品,提升品牌形象。2019年初,百草味代言人更换为易烊千玺,当红流量明星站台,借助明星的知名度必将让大众更好地了解公司产品,旨在为公司带来新粉丝、新活力、新气象,为业绩提升增加助力。

融合为匙 迈向公司发展快车道

报告期内,公司在业务整合方面实现两大突破:一是成立杭州好想你电子商务有限公司,将好想你本部的红枣电商业务搬到杭州,并借助百草味供应链、产品研发及互联网的营销优势,逐步实现规模化运营,全面助推公司电商渠道实现新的跨越式发展;二是利用好想你本部和百草味现有的供应链资源取长补短,发挥规模效益。对郑州基地进行组织优化和流程再造,打造快速高效的产销联动体系。统一了WMS系统和ERP系统,实现了数据的共享和自动化。发货仓资源统一管理,共享硬件资源的同时也实现了规模效益。

创新为源 专注健康食品研发

好想你秉承“良心工程,道德产业”的核心价值观,为了让更多人吃上放心健康的食品,公司严

选全球地理标志原料。生产上利用先进的FD冻干工艺,无添加、无污染,最大程度保存食材天然营养成分及口味。产品设计贴近消费者需求,遵循人性化设计理念,创新产品规格和产品形式,为消费者创造方便贴心的产品。另外,公司与健康食品行业各品类的龙头生产供应商、国内外权威研究机构和组织建立“研发战略合作伙伴关系”,在“创新概念、创新技术、创新配料、创新工艺”领域展开全方位的深度合作,努力成为一家受全世界尊重的食品企业,为消费者创造更大的价值。

数字化为助 提高运营管理能力

报告期内,好想你借助大数据应用技术,不断优化消费者研究,会员管理与供应链运营体系,利用大数据对现有的产品、用户以及消费关系进行了重构升级,从产品的研发、采购、生产、销售、物流、售后等全链路进行深度融合。同时,公司全力推进全渠道业务拓展,实现线上线下的会员信息、订单信息、营销方式、产品信息、用户服务全面打通,各渠道之间相互赋能、转化,形成商业闭环的新生态,实现线上线下数字化运营,提高运营效率。

期货加持 巩固行业地位

红枣期货为好想你进行红枣原料套期保值提供了较好的避险工具,公司以自有资金开展套期保值业务,对冲红枣价格波动对公司生产经营的影响,稳定经营利润,在此基础上扩大生产规模,巩固企业红枣行业龙头地位。另外,公司现有的4个大型冷库已被作为红枣期货的交割库,提高公司仓储收益。

(记者 薛雅萍)

三七互娱:精品化、多元化布局 助力高质量发展

本报讯 8月27日,三七互娱(002555)公布2019年半年报,1-6月公司实现营业收入60.71亿元,同比增长83.83%;归属于上市公司股东的净利润10.33亿元,同比增长28.91%。同时,公司还公布了分红预案,向全体股东每10股派送现金股利1元。

移动游戏业务营收54.27亿元 稳居行业第三

今年上半年,三七互娱的游戏业务收入为60.71亿元,较上年同期增长97.68%,几近翻倍增长,其中移动游戏业务收入为54.27亿元,同比增长152.90%,远超行业增速。

近日,知名数据机构易观发布的《中国移动游戏市场盘点分析2019H1》显示,若以境内发行流水计,三七互娱在今年上半年的市场占有率达到10.02%,仅次于腾讯、网易,较2018年更进一步。

公司庞大的新增用户和亮眼的营业收入得益于《一刀传世》、《斗罗大陆》H5、《剑与轮回》等新游戏在上半年的优异表现。据App Annie统计的数据,《斗罗大陆》H5在上线后迅速成为iOS下载榜与畅销榜双榜前十的热门产品,此后一直稳定在iOS畅销榜前50。

加快推进“精品化”策略 确保收入高增长

公司凭借积累的用户运营经验和用户数据,深入洞察、预判市场,推进“精品化”经营策略的落地。在研发端,游戏推出前,研发团队在产品策划、美术品质、音乐效果等方面的细节进行精细打磨;游戏推出后,在产品迭代、流程优化、用户体验等方面进行持续投入,以保证游戏产品的高流水和长周期。以自研产品《精灵盛典》为例,其研发时长超过三年,自上线后表现突出,在AppStore游戏畅销榜最高排名第三。

在发行及运营端,“精品化”则体现在游戏上线前的产品供给和游戏上线后的运营调优两个层面。三七互娱的发行团队建立了严格的评测流程和评估标准,以保证游戏产品上线前的品质达到较高的水平。运营调优方面,运营团队在数值管理、流程优化、活动策划等方面具备较强的调优和运营能力。上线至今三年时间,《永恒纪元》在国内市场仍旧保持稳定的营收。

进行“多元化”探索 打造庞大产品矩阵

据了解,2019年以来公司陆续推出《一刀传世》、《斗罗大陆》、《精灵盛典》等数款月流水亿级的自研新游,表现突出。2019年上半年,三七互娱发生研发支出3.18亿元,同比增长22.74%。在自研团队不断壮大、爆款频出的同时,三七互娱还通过入股天津卡乐、心动网络、成都格斗等优秀研发商,并与腾讯、网易、完美世界、世纪华通等众多优秀研发厂商携手合作等方式,在产品供给侧进行多元化布局。

在连续多年实行“研运一体”战略后,三七互娱已坐稳国内游戏市场前三的宝座。在刚刚出炉的2019互联网百强榜单中,三七互娱也位居一众游戏企业之首。有业内人士指出:“精品化”和“多元化”的策略,有望助三七互娱冲击更高的市场份额。(记者 严肃)