

11家上市湘企披露年报,10家实现盈利

其中,中联重科实现海外收入占比过半,华菱钢铁人均创收超600万元



扫码看视频

随着A股市场年报季到来,上市公司业绩成为关注焦点。记者梳理得知,截至3月26日,先后有威胜信息、岳阳林纸、*ST佳沃、湖南裕能、长缆科技、道道全、华曙高科、华菱钢铁、克明食品、中联重科、劲仔食品11家上市湘企公布了2024年的“成绩单”。率先披露年报的这11家上市湘企,除了“披星戴帽”的*ST佳沃外,其余10家均实现盈利。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 潘显璇

中联重科:海外收入占比过半

工程机械龙头企业之一的中联重科,2024年实现营收454.78亿元,同比下降3.39%;实现净利润35.2亿元,同比上升0.41%。公司拟向全体股东每10股派发现金红利3元(含税)。

2024年,中联重科海外收入同比增长超过30%,达到233.8亿元,占营业收入的比重由2023年的38.04%跃升至51.41%,实现海外收入占比过半的历史性突破。

得益于智能制造与科技创新,中联重科在巩固发展三大传统优势产品线——混凝土机械、工程起重机械、建筑起重机械的同时,推动土方机械、高空作业机械、农业机械等新兴产业实现加速发展。其中,中联重科农业机械销售规模去年同比增长超过122%。

华菱钢铁:人均创收超600万元

作为湖南省属最大国企,华菱钢铁的营收规模在上市湘企中多年来持续领跑。2024年,华菱钢铁实现营业收入1441.12亿元,同比下降12.07%。2024年公司员工总人数为23419人,算下来人均创收达到617.81万元,远高于行业平均水平。

在钢铁行业供需矛盾加剧、供销剪刀差扩大的背景下,华菱钢铁2024年实现净利润20.32亿元,同比下降59.99%。

值得一提的是,2024年华菱钢铁的汽车用钢在品种钢中占比达22.2%,成为产品结构升级的重要引擎。

随着新能源汽车市场快速发展,公司的高强超轻汽车钢板、一体式后车体骨架及钢制电池包等新产品,正在抢占市场先机。

劲仔食品:小鱼干卖出逾15亿元

劲仔食品是主要从事中式风味休闲食品研发、生产和销售的企业,2024年实现营收24.12亿元,同比增长16.79%;实现净利润2.91亿元,同比增长39.01%。

去年,劲仔食品主要品类均实现稳健增长,其中,休闲鱼制品收入首次突破15亿元,进一步夯实“鱼类零食第一股”的称号。目前,公司的鱼制品仅有一款产品——劲仔深海鲢鱼,连续8年销量稳居品类第一,大单品属性突出。

2024年劲仔食品线下营收为20.21亿元,占营收的84%;线上营收3.91亿元,占总营收的16%。整体来看,线下表现更为亮眼,营收同比增长约23%。一方面是公司进一步夯实线下渠道建设的成果,已形成流通、KA等渠道协同发展;另一方面零食专营渠道成为线下渠道新的增长点,全年营收同比增长超100%。年报显示,公司与零食很忙、赵一鸣、好想来、糖巢、零食有鸣、老婆大人等超过100家零食专营系统合作,覆盖超35000家终端门店。

担心“存款变保险”? 银行代销金融产品有了新规定 银行代销业务11类行为被明令禁止

在我国,银行是与广大百姓接触最多的一类金融机构。除了自营的存贷款等业务,代理销售其他金融机构的产品也是银行的重要业务之一。近年来,银行代销业务快速发展,银行这个“金融超市”的货架日益丰富,目前代销的金融产品主要包括理财、保险、公募基金、信托计划等。

代销业务在满足人民群众多样化财富管理需求的同时,也存在部分机构销售误导、夸大宣传等侵害消费者权益的情形,“存款变保险”等乱象时有发生。金融监管总局日前出台《商业银行代理销售业务管理办法》,明确监管规则,统一监管标准,全面规范商业银行代销业务,对金融消费者的保护进一步升级。



“兜底” 新华社图

严格筛选代销产品和合作机构

商业银行是我国金融体系的核心,消费者往往默认银行有国家信用,对银行有着天然的信赖,选择银行渠道购买金融产品,也源自对银行专业把关能力的信任。

规范银行代销业务,把好“准入”这个“首道关口”非常重要。

代销产品准入方面,根据办法,商业银行只能接受持有金融牌照的金融机构委托,代销其依法发行的金融产品。

办法要求商业银行对代销产品开展尽职调查,全面了解产品情况,对产品信息真实性、准确性、完整性进行核实,结合本机构的客群特征、销售渠道、销售人员、信息系统等情况,形成独立、客观的准入意见。

合作机构准入方面,办法要求,商业银行总行应当对合作机构实行名单制管理,确定合作机构资质审查标准,明确准入条件和程序。对于已经准入的合作机构,商业银行应当加强日常管理,定期对其进行审查评估。同时明确,商业银行应当建立合作机构退出机制,及时对存在严重违规行为、重大风险或者其他不符合持续合作标准的机构实施退出。

这些对合作机构、代销产品的严格准入要求,有助于从源头上防范侵害金融消费者合法权益行为发生。

划红线明确11类禁止行为

从以往实践看,工作人员推介销售代销产品时的不规范行为,是金融消费者反映较多的地方,也是此次监管办法关注的重点。

办法明确了银行代销业务的11类禁止性行为,包括不得将代销产品以自营产品的名义进行销售,不得采取虚假、夸大、片面宣传,不得实行捆绑销售,不得违规代替客户签署相关文件,

不得诱导客户购买与其风险承受能力不匹配的产品等。

过去,部分商业银行依赖代销高风险、高收益的金融产品以提高短期盈利,但这往往伴随着风险的上升。办法明确要求商业银行在代销业务中“加强适当性管理”,即要根据客户的风险承受能力、财务状况等特点向其推荐合适的金融产品。

此外,办法要求对老年人等特殊群体,制定更审慎的销售流程,强化风险提示。

专家表示,这些举措直击行业痛点,从制度层面保护了普通投资者,尤其是金融知识储备相对不足的群体。

代销产品不能“一卖了之”

重售前营销,轻售后服务,是不少金融消费者在投资过程中的痛点。尤其是代销产品,更容易产生代销机构和合作机构相互推诿的问题。

办法对售后服务提出了更为严格细致的要求。办法要求,代销产品存续期内,商业银行应当关注产品风险收益特征、风险评级变动情况、信息披露等重要信息,督促合作机构尽责履职,按照合同约定履行主动管理责任。

此外,办法要求,商业银行会同合作机构建立代销业务客户投诉和应急处理机制,明确受理和处理客户投诉的途径、程序和方式。仅涉及商业银行自身责任的,应当直接处理;涉及合作机构责任的,应当协助客户联系合作机构,并督促合作机构依法妥善处理。

业内人士表示,办法对银行代销业务进行全流程规范,有利于促进行业良性健康发展,有利于更好保护消费者合法权益。同时在国家大力提振消费的背景下,规范代销业务有利于营造更良好的金融消费环境,让人民群众在金融领域能够安心消费、放心消费。

■据新华社