

荣盛获评“2020年度信息披露优质上市公司”

■作者 景峰

11月26日，由和讯网主办的“第十八届财经风云榜第十一届地产金融创新峰会”在北京举行，凭借规范的管理、科学的治理、透明且高质量的信息披露，荣盛发展荣获“2020年度信息披露优质上市公司”，公司在资本市场的良好形象得到进一步提升。同时，荣盛在核心产品力提升方面成效显著，荣盛江天玺筑项目获评“2020年度房地产项目优秀产品力榜样”，产品核心竞争力再获权威机构肯定。

值得一提的是，本届峰会增加了“房企公益扶贫直播”环节，荣盛发展作为公益慈善和社会责任的积极践行者，也有幸参与其中，为扶贫助农增添一份自己的力量。

信息公开透明，公司治理科学、规范

2019年，新证券法正式颁布，监管机构对信息披露的重视程度进一步提升，在监管不断趋严的形势下，荣盛发展能获得“2020年度信息披露优质上市公司”实属不易，表明了机构和媒体对公司整体规范治理水平、信息披露质量等方面工作的充分肯定。

和讯网此次评选“2020年度信息披露优质上市公司”正是希望选出那些各项制度健全，各项机制完善，在合规的基础上，能够勇于探索治理结构和创新治理结构的上市企业，希望他们能够发挥其自身在社会经济中的引领作用，起到表率。

一直以来，荣盛发展在公司日常经营中坚持科学、健康、合理，发布公告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。公司自上市以来，严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所中小板上市公司规范运作指引》及《公司章程》的相关规定和要求，不断完善公司法人治理结构，提高公司规范运作水平，促进企业持续、稳定、健康发展。

良性的公司治理体系要求上市公司的架构是合理、和谐的。荣盛发展也一直致力于提升公司治理结构的科学性，今年4月22日，荣盛发展发布第六届董事会第三十一次会议决议公告显示，公司内部管理机构进行调整，调整后的内部管理



机构为：董事会办公室、研究院、投资中心、技术中心、工程中心、营销中心、融资中心、运营中心、集采中心、品牌中心、财务中心、人力资源中心、行政中心、风控中心。调整后的各个机构职能更为明确，各机构相辅相成，在公司重大决策及投资方面发挥了重要作用，使公司的决策更加高效、规范与科学。

以信息披露为抓手，坚守合规治理、诚实守信的底线，保障投资者知情权，这既是新证券法强调的内容，也是荣盛发展一贯坚持的原则。公司始终坚持以追求卓越为目标，严格按照上市公司相关规定，高标准、高质量做好信息披露工作，确保公司规范化运作。公司将继续诚信、勤勉地履行信息披露义务，提高公司透明度，提升资本市场品牌形象，更好地维护公司和投资者的合法权益。

业绩稳健、财务向好，持续为股东创造价值

得益于良好的公司治理，荣盛发展不仅2020年实现了在严重的疫情、复杂的环境和激烈的行业竞争中稳步前行，而且是持续多年，始终保持主要经营指标的均好性。

其2020年中报，荣盛发展营业利润44.57亿

元，同比增长12.79%；归属于母公司所有者净利润29.46亿元，同比增长0.04%。截至2020年6月30日，公司总资产2605.11亿元，较期初增长2.32%。

上半年，荣盛发展不断开拓多种融资方式，新增融资额329.82亿元。截至上半年末，公司融资余额707.86亿元，其中银行贷款期末融资余额388.7亿元，占比55%，财务结构持续得到优化。与此同时，荣盛发展与多家大型金融机构建立了诚信、互利的长期战略合作关系，获得银行授信额度916.86亿元，获境内主流评级机构上调主体信用评级至AAA，获境外主流评级机构BB-的主体信用评级。

放之资本市场之上，为股东创造价值是上市公司形象的具体体现，荣盛发展也并没有吝惜分红。

2019年荣盛发展董事会拟向全体股东每10股派发现金红利4.8元（含税），荣盛发展连续13年向投资者派发现金股息，保持了年年分红的良好记录，累计现金分红金额达103.15亿元。2015-2019年，荣盛发展连续五年派息率达到当年归母净利润的22%以上，股息率达到5%以上，位于A股上市公司前列。

自2007年上市以来，荣盛发展高股息率吸引力凸显。2019年每股拟分红对应分红率23%，对应2019年股息率5.8%，显著高于行业平均水平。过去几年，公司的派息率和股息率在A股上市公司和行业公司居于前列，派息率处于26%-42%之间，股息率4%-6%之间。

内功扎实，产品核心竞争力强

作为河北首家IPO上市房企，近年来荣盛发展积极布局，突破了“舒适圈”京津冀，走向长三角、珠三角等发达地区。目前已初步形成了“两横、两纵、三集群”的战略布局，“两横”指沿着长江及陇海铁路沿线的布局，“两纵”指以京沪、京广铁路沿线的布局，“三集群”是指深耕“京津冀城市群”，稳步拓展“长三角城市群”“珠三角城市群”周边城市的布局。

今年上半年，荣盛发展先后在京津冀、长三角、中西部区域的22个城市获得土地45宗，规划建筑面积467.43万平方米。截至今年上半年，公司土地储备建筑面积4036万平方米。

在不断完善布局、优化土储的同时，荣盛不

忘打磨、提升产品力，为老百姓造买得起的好房子。

荣盛的产品竞争力首先体现在其设计上。荣盛发展董事长耿建明曾说过“设计要模仿生活的情境”，在他看来，房子的设计很重要，功能要能叠加、延展，餐厅不仅是用来吃饭的，卧室不仅不是用来睡觉的，可以弄一些情趣的功能。

荣盛在设计产品时，会从使用功能来反推户型的设计，要求设计人员站在业主角度，以功能为导向，注重功能的延展和叠加，从生活起居、景观设计、细节优化着手，令户内空间做到“多一分嫌宽，少一分嫌窄”，力求在“寸厘之间”实现面积、朝向、风水和采光的最佳组合，满足客户对居住功能的需求。

在对面宽和进深尺寸的把控设计上，荣盛也有自己的坚持。用其董事长耿建明的话来说就是“尺寸上的分配要合理，不能简单地用大和小来衡量，分配是一个比例，是科学。”荣盛虽然重视功能，但不会单一地追求房间的使用功能，而舍弃居住舒适度，而是进行科学地分配。

这种比同类产品更实用、更人性化的空间设计，比同类产品多一个功能的设计就是荣盛在产品上的竞争力。

其次，荣盛产品的另一大核心特色是性价比高。作为一家有着丰富经验的开发企业，荣盛懂得从源头控制成本，向管理要增长，在不断升级产品设计与品质的基础上，提升产品的性价比，做老百姓买得起的好房。

荣盛控制成本的能力首先体现在其拿地策略上。一直以来，荣盛发展都围绕着“长江经济带”和“粤港澳大湾区”等国家重大发展规划，并不断拓宽拿地渠道，创新购地模式，充分利用招拍挂、城中村改造、股权收购等方式多管齐下加强土地储备。

在传统住宅地产稳步前行的同时，荣盛发展顺应形势的变化，继续扩大在生态旅游、养老养生、产业新城等领域的投资，通过“建体系、塑模式”，积极推进公司战略转型，培育竞争新优势，强化盈利能力。

完整的产业链体系，令荣盛发展实现了收入、利润多元化，成为其业绩稳定发展的坚实基础。让荣盛发展在竞品环伺的市场格局中，能通过多业态协同能力提升产品性价比。■

亚太森博发布2030年可持续发展目标

■作者 刘洋

日前，世界领先的浆纸纤维垂直一体化生产企业亚太森博正式发布了2030年可持续发展目标，以指导公司未来十年的战略发展。该目标围绕循环发展、低碳发展、包容性发展和协同发展四大方向展开，致力于为造纸行业面临的环境和社会挑战提供可持续解决方案。

亚太森博管理委员会主任陈小荣

表示：“亚太森博发布的2030可持续发展目标为公司下一个十年的发展指明了方向。我们向全社会做出了承诺，并将持续披露我们的行动和进展。我们坚信，这些承诺将使我们更加满足客户、员工和社区等相关方的期望。虽然道路充满挑战，但我们一步一个脚印，一定实现持续、稳定、健康的发展，在为公司和客户创造价值的同时创造积极的环境和社会影响，为实现SDGs做出我们的贡献。”■

太太乐：以“新”破局 逆势而上

■作者 刘洋

今年，受新冠肺炎疫情影响，许多消费者宅在家当起了“大厨”，调味品市场借势崛起。作为国内知名调味品企业，上海太太乐食品有限公司顺应市场潮流，以简单、美味、安全为发力点，频频推出新品，赢得了良好的市场反应和消费者口碑。

太太乐始终关注社会实际需求，在10月16日举办的鲜味科学聚力未来研讨会上，发布了菜谱式调味料、焕新升级的鸡粉调味料、鲍汁蚝油等三款产品。菜谱式调味料于4月通过互联网预

先销售，并获得市场认可。8月在夏季新品发布会上首次亮相的鸡粉调味料也在线上热销。在太太乐天猫官方旗舰店直播间，新品鸡粉调味料单次直播展示即获6.7万观看量，54.28万点赞量。

太太乐的调味料产品已覆盖固态复合风味调味料和液态增鲜调味料两大类，拥有不同系列的多个子品牌，产品规格近300个品项。疫情期间，太太乐产品的居家消费增长了30%-40%。在疫情形势稳定后，零售端销售依然维持着双位数的高增长，而餐饮端业务也基本恢复到了疫情前水平，上半年的整

体业绩呈持续增长态势。

11月5日，太太乐首次亮相进博会。太太乐携进口美极产品进入展馆，带来在中国市场首次面世的5个系列共31款进口速食产品。11月上旬，太太乐凭借稳健的经营和卓越的业绩表现荣获“2019年度中国轻工业百强企业”“2019年度中国轻工业食品行业五十强企业”。11月中旬，中国调味品协会颁布《调味品检验规则通则》团体标准。作为中国调味品协会团体标准《调味品检验规则通则》起草单位的一员，太太乐积极参与并发挥了重要作用。■

中国银行业协会：资管改革方向不变 银行要积极推进整改工作

■作者 魏书光

中国银行业协会副秘书长周更强在12月2日“2020中国银行业理财发展论坛”上表示，银行理财在资管新规过渡期内需要完成的转型任务依然艰巨。要妥善处置过渡期内存量资产整改工作，进一步推进银行理财转型。

周更强表示，对银行理财而言，还面临着净值型新产品发行困难、存量老产品压降难度大、投研能力不足、资管

行业基础性政策存在差异、投资者教育任重道远等问题，需要我们高度重视并采取有力措施予以解决。

周更强提出，一是妥善处置过渡期内存量资产整改工作。新冠肺炎疫情从资金端和资产端，对资管业务产生了双向冲击，尤其在资产端，部分行业、企业经营困难加大，一些投资项目原有还款安排面临调整。由于老的理财产品期限错配较多，压降程度要考虑到不同的银行机构资本实力、信贷资源、客户还

款意愿等多种情况，存量资产处置存在一定的难度和复杂性，但这并不意味着资管业务改革方向出现变化，银行仍是理财业务转型升级的第一责任人，需扎实细致编制存量资产台账和存量资产整改计划，综合采用多种压降路径，不拖、不等、不靠，积极主动推进整改工作，尽早完成整改任务。

二是积极主动加强专业化特色化国际化建设。当前，银行业资管在经营理念、管理体制、能力建设等方面处于转型阶

段。要构建符合资管特点的管理框架，强化投研能力建设，培育人才队伍，完善专门系统，严格内控合规，发展成为专业的机构投资者。要基于自身资源禀赋、客群特征、专业侧重等要素，积极探索市场定位和战略方向，不一味谋求“大而全”，积极争取“专尖特新”。要坚定不移扩大对外开放，深化国际间专业合作，积极运用国际上成熟的投资理念、经营策略、激励机制和合规风控体系。

三是遵循竞合发展理念，实现合作共

赢。随着破除刚兑和净值化转型的需要，理财业务将与其他资管业务挤入同一赛道，同台竞技。银行理财在发挥自身优势、追求差异化发展的同时，应秉承竞合发展的理念，充分借助资管“朋友圈”的力量，与优秀券商、基金公司和私募基金管理人合作，丰富和完善产品体系、形态和策略，为广大客户提供更多股权投资产品，对冲投资风险，增厚投资收益，以产品创新不断提升获客能力。■

(转自证券时报网)