

恒大发布全年成绩单 销售和回款均创新高

2020 年在很多业内人士眼中,是对房地产企业的一次压力测试。年初爆发的疫情,使得不少房企不得不下调年度销售目标。尽管如此,能够顺利完成全年销售任务的企业,仍是寥寥无几。但也有一些房企能够转变营销思路,深挖内在潜力,实现企业稳健发展,迎来收获期。1月5日,中国恒大发布了全年成绩单,迅速成为市场关注的焦点。



有息负债大幅下降

2020 年 3 月,恒大正式启动“高增长、控规模、降负债”的发展战略,作为新战略实施后的首份年终成绩单,这份业绩成色几何?

公告显示,2020 年恒大实现合约销售额 7232.5 亿元,同比增长 20.3%;

实现销售回款 6531.6 亿元,同比增长 38.5%,全年销售回款率达 90.3%,两项核心指标均创下历史新高。

与此同时,在第三方机构统计的权益销售榜单中,恒大成绩同样抢眼。克而瑞榜单显示,恒大 2020 年权益销售额达 6690.3 亿元,继续领跑行业。

强劲的销售及回款带来的充沛现金流,使恒大的负债实现大幅下降。自 3 月宣布降负债以来,恒大有息负债下降了 1578 亿元,短短 9 个月便完成“每年有息负债下降 1500 亿元”的目标。

销售、回款双双创新高,有息负债大幅下降,这份沉甸甸的成绩单,向外界传递了一个信号:恒大高质量发展再上新台阶。

坚定实施新战略

分析人士认为,无论是销售的大增,还是负债的大降,恒大的新战略都起到至关重要的作用。

为确保销售高增长,恒大先是在 2020 年年初率先开启“网上卖房”颠覆式革命,而后又借助推出重磅优惠及

海量新盘等营销组合拳,顺利抢占金九银十黄金期,两个月大卖 1820 亿元。

在恒大的新战略中,无论是“高增长”,还是“控规模”最终目的都是“降负债”。更重要的是,除此之外恒大还通过分拆优质资产上市等动作,不断加快降负债的步伐。例如,仅物业的引资和分拆上市就带来约 300 亿港元的现金流。正是得益于这些强有力的举措,恒大实现了负债大降。



步入 2021 年,恒大依然坚定不移实施“新战略”,继续保持规模增长,大力降负债,力争 2021 年实现销售 7500 亿元,有息负债再降 1500 亿元。

作为目前行业中的领军企业,恒大始终不忘初心,把“稳”作为发展基调,坚定不移地以降负债为终极战略目标,无论面对什么样的市场状况,往往能够披荆斩棘,开创出前所未有的新路径,朝着高质量发展阶段迈进。

近期,在“2020 年度界面楼市财经年会”评选活动中,鸿坤集团荣获“2020 年度社会责任地产企业”奖项。12 月 29 日,鸿坤集团再度获得北京电视台美好生活盛典“城市责任”年度贡献奖。

据了解,“2020 年度界面楼市财经年会”评选活动通过 2020 年度房企品牌洞

2020 年,在疫情的冲击下,房地产在内的众多行业遭遇了黑天鹅事件,面临挑战,鸿坤集团在聚焦产品和经营、积极进行数字化转型创新发展企业的同时关注社会,积极履行社会责任,从疫情到助学、脱贫攻坚,鸿坤集团积极将自身成长融入社会发展的大潮中,取得了丰硕的成果。



察,从企业核心财务指标,高频新闻舆情指数,房企品牌核心人群画像等关键指标数据进行筛选,围绕市场表现、创新活力、公司治理、社会声誉等四个维度甄选年度表现卓越的地产企业。北京电视台美好盛典致力于表彰在过去一年中,在抗疫组织和社会公益方面展现出责任和担当的优秀企业。

“善建价值,善见未来”是鸿坤一直以来的品牌理念,“让人们住的开心,让城市充满活力”是鸿坤集团始终坚持的企业使命,鸿坤集团一直将人们的幸福作为企业发展的动力,将社会幸福和企业幸福联系在一起,为人们造好房子,为城市造梦,传递美好,同时获得幸福,在对社会的贡献中获得口碑和认可,为自身发展赋能。

52 度西凤酒 15 年陈酿获两项“国字号”大奖



本报讯 (记者 樊春勤 □ 李琳)日前,52 度西凤酒 15 年陈酿荣获 2019 年度“青酌奖”酒类新品、2020 年中国酒类产品包装设计创意大赛暨最美酒瓶设计大赛优秀奖两项大奖殊荣。

为了鼓励酿酒企业通过产品创新

来保持企业活力,推动中国酒类产业持续健康发展,中国酒业协会主办的“青酌奖”评选活动已成功举办多届,成为引领全国酒品创新发展的“风向标”。两项活动作为中国国际酒业博览会的品牌活动,具有行业权威性专业性。“青酌奖”是业内公认的最严苛、最专业的酒类产品评选活动。此次酒类新品评选活动,经过线上线下的公正评比,52 度西凤酒 15 年陈酿与贵州茅台大曲酒、五粮液、泸州老窖等产品荣获“青酌奖”白酒类新品,以实力赢得殊荣。

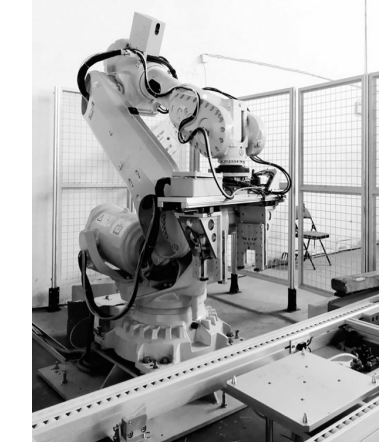
2020 年中国酒类产品包装设计创意大赛暨最美酒瓶设计大赛旨在通过社会各界的广泛参与,为专业人才及团体搭建公平、公正的展示与竞赛平台,向社会及消费者展示最前沿、最时尚的设计理念。作为中国白酒行业专业的产品设计类评选大赛,此次获奖是对 52 度西凤酒 15 年陈酿在白酒行业表现出的专业度及创新实力的再度认可。据悉,该产品由陕西禧福祥品牌运营有限公司董事长王延安全程创

意策划运营。

作为陕西白酒企业的优秀代表,陕西禧福祥品牌运营有限公司以创新为动力,依托中国四大名酒之一西凤酒的品牌文化内涵,致力于为广大消费者提供最优质的文化白酒。西凤酒 15 年陈酿凭借着精湛的酿造工艺、过硬的产品质量、良好的口碑,连续畅销十九年。

王延安董事长创意设计升级版 52 度西凤酒 15 年陈酿,不仅将先进生产技术与传统酿造工艺相结合,满足消费者日益增长的多层次需求,还从行动上赋能陕西白酒的高质量发展。产品包装设计质感出众,既有传承又有创新,棱角分明,高贵典雅不失古朴,唯美精致不失灵动,秦人、秦韵、秦文化俱备。

陕西禧福祥品牌运营有限公司董事长王延安表示:未来,在竞争激烈的白酒市场,陕西禧福祥公司将继续追求精益求精,实现营销与技术层面的不断突破,为消费者提供最优质的白酒品牌。



近日,工信部发布《新能源汽车废旧动力电池综合利用行业规范条件》企业名单(第二批),四川长虹润天能源科技有限公司(以下简称“长虹润天”)等 22 家企业上榜,其中长虹润天成为西部唯一梯次利用白名单企业。

“这是国家在锂电梯次利用领域的重要布局,以具有技术与产业优势的企业为牵引,带动并辐射西部锂电产业的发展,这是国家在锂电领域的战略布局。”锂电行业观察人士表示。在锂电回收市场,长虹润天将扮演更加重要的角色。

资料显示,长虹润天是长虹格润公

锂电处置产业“正规军”出炉 长虹润天成西部唯一梯次利用白名单企业

旗下子公司,格润公司经过多年的高速发展,产业版图不断扩大,目前已形成了以废旧锂电池综合利用为中心,废旧电子电器产品综合利用、综合环境治理为支点的“一体两翼”的产业布局。”长虹润天则是废旧锂电池综合利用的产业平台。

国际能源署预计,2030 年左右全球锂离子电池回收市场将增长到 200 亿欧元(约合人民币 1648 亿元)。中国将是电动汽车和储能等应用中锂离子电池回收的最大市场之一。

2020 年以来,广东、浙江、四川等地也

先后出台省级新能源汽车动力电池回收利用试点方案,并相继成立产业联盟,加快建立区域回收利用体系。

国家鼓励退役动力电池梯次利用,梯次利用是今后动力电池回收利用行业的重点方向。工信部

明确表示,新能源汽车动力电池梯次利用正处于起步阶段,发展潜力较大,市场前景广阔。

作为国家在锂电梯次利用领域在西部的重要布局,长虹润天及其母公司在该领域的布局与发展愈加重要。据格润公司相关负责人介绍,未来公司将进一步集中资源进入锂电材料关键领域,通过内生式发展与并购等方式,从物理法到新材料,逐步有序做强锂电回收大循环产业。力争经过一个五年计划,成为国内领先的废旧锂电池综合利用龙头企业。



“每个人都了不起!”2020 年的商用车行业,用“了不起”来形容非常贴切。作为 2020 年商用车行业销量领先的福田汽车,同样在很多方面“了不起”。

福田汽车,有哪些“了不起”? “了不起”的商用车销量 “争分夺秒复工复产,全力以赴创新创造。”2020 年,福田汽车用“争分夺秒”,创造出商用车行业领先的销量和无数创新成果。

数据显示,2020 年 1~11 月,福田汽车销售 625440 辆(其中商用车 618517 辆),同比增长 30%。这意味着,每 40 几秒就有一辆福田汽车交付到用户手中。

这个销量,不但在中国商用车企业销量中领先,也在全球商用车销量中名列前茅。福田汽车在成立还不到 25 年时间里,就创下了如此骄人的业绩。福田汽车在 25 周年纪念日的时候,累计销量就能超过 1000 万辆。

2020 年,福田汽车是很多细分领域的行业销量冠军:出口量商用车行业第一;轻卡销量行业第一;中卡销量行业第一;轻型客车增长行业第一;每卖出 4 辆自动挡重卡,就有 3 辆是欧曼;每卖出去两辆轻型冷藏车,就有一

辆是欧马可。

“了不起”的抗疫英雄

“在共克时艰的日子里,有逆行出征的豪迈,有顽强不屈的坚守,有患难与共的担当,有英勇无畏的牺牲,有守望相助的感动。”这句话就是福田汽车 2020 年抗疫的真实写照。

疫情发生后,福田汽车迅速启动“战时机制”:2020 年 1 月 25 日,福田图雅诺生产突击队一天内集结,安排生产计划,迅速成立了由 70 名员工组成的“负压救护车火线生产突击队”,双班 24 小时昼夜生产;同时,福田汽车通过车联网系统,调动武汉周边欧曼、雷萨等建筑用车驰援火神山建设。春节期间,福田汽车众多员工放弃休假,调整产品布局,针对疫情陆续研发并生产出图雅诺负压救护车、奥铃医疗废物转运车、欧马可消毒冷藏车、欧辉核算检测采样车、欧辉超级健康客车等不同品牌多个品系产品。

疫情期间,福田汽车累计向全国交付各类救护车 1920 辆,其中交付湖北省 381 辆,武汉市 292 辆。此外,福田还向国内外捐赠了 46 辆负压救护车总计价值 1650 万元。

不但如此,福田汽车还针对疫情期间用户运营维修方面的困难,在第一时间

间发布服务承诺,积极调配资源、优化服务流程,依托“321”闪修服务,贯彻“免费救援”服务理念,以“5+2”、“白+黑”的常态服务模式,组成“服务武汉突击队”投入到疫区车辆救援中。

2020 年 9 月 8 日,在全国抗击新冠肺炎疫情表彰大会上,北汽福田党委书记、总经理巩月琼代表福田汽车荣获“全国抗击新冠肺炎疫情先进个人”。这一殊荣背后,是福田汽车全体干部员工的“全面参战”,“逆行出征”,是福田速度和福田担当。

“了不起”的创新引领 “先行先试变成了示范引领,探索创新成为了创新引领。”福田汽车在 2020 年很多先行先试和探索创新,都成为商用车行业的创新引领。

针对商用车行业特点,福田汽车创新性提出“场景”定制化产品。基于细分工况、细分场景、不同区域,福田汽车打造出 H5 重卡、M4 中卡、M4 轻卡、P203 皮卡、PM 微卡等一系列平台产品。新平台产品市场口碑突出,超越客户期望,为用户带来了更大收益。在中国商用车(第二届)创新展览会上,福田汽车又开启“场景+工况”定制化 2.0 时代,精准面向 253 个细分场景,布局 77 个系列多达 1000+车型,发布 X 气世代、X 轻世代、X 轻世代等全新产品。

在推出场景化产品的同时,福田汽车还以场景化营销,用清晰的描述带给用户直观的购车体验。正是在福田汽车等行业先行者的带动下,商用车行业开始更多关注用户的使用场景,推出了适合不同场景的定制化产品,更大程度上实现了商用车用户的价值。

2020 年 1 月 29 日,福田汽车旗下各

个品牌在行业内率先推出“不限品牌,向疫情服务车提供免费救援”;

2020 年 2 月 2 日,福田汽车在业内首先推出“延迟还贷”,以解终端用户燃眉之急。福田汽车首先先河后,众多商用车企业纷纷出台的各种“延迟还贷”以及免费救援、维修保养服务等政策,让整个商用车行业的用户都顺利度过难关。疫情期间,有用户几个月没有动车营业,但整个商用车却没有一起因无法还贷而导致的锁车、强制收车的新闻见诸报端,福田汽车的先行作用功不可没。

2020 年 2 月 6 日,福田汽车打响了直播的第一枪。随后,各家企业的各种直播活动此起彼伏。2020 年,“直播”已经成为商用车行业最常见和有效的营销模式。

2020 年 2 月 11 日,福田汽车远程智能医生首批预见性服务产品功能正式上线。这是行业内率先提出预见性服务的企业;另外还有福田汽车的 321 闪修、37 度微笑服务、365 天全程无忧等,都是汽车服务领域的有效探索和创新之举。

福田汽车还在中国商用车的智能互联生态方面走在行业前列。2020 年 12 月,福田汽车成立并发布了“会享福”业务品牌。“会享福”,通过线上线下深度融合的模式,围绕人、车、货、场进行场景开发及解决方案设计,布局卡友福、卡友配、会员、车联网、二手车、运营金融及网络货运七大业务平台,为客户提供安心用车、无忧养车、便捷换车与智能管车的全生命周期解决方案。

“了不起”的品牌向上 “新发展格局加快构建,高质量发展深入实施。”2020 年,福田汽车在不但

在销量上占据商用车行业领先,在发展格局和质量上同样走在行业前列。

“2020 年(第十七届)中国 500 最具价值品牌”的发布中,福田汽车品牌价值达到 1685.92 亿元,连续 16 年位于商用车行业第一,这也离不开福田品牌向上的战略。

2020 年,福田汽车加快从“中国福田”到“国际福田”的蜕变,在深化“科技福田、绿色福田、国际福田”品牌内涵的同时,提出了品牌向上工程“第一战略”,强化福田基因,以“科技+绿色+国际”为核心搭建系统构建,加速推进“福田新四化+软实力”落地。

福田汽车产品结构不断优化,中高端已占到其产品销量的一半以上;福田汽车让自动挡卡车在商用车行业快速普及,欧曼已经成为当之无愧的自动挡重卡的开拓者和引领者。

在新能源和新技术发展上,福田汽车同样一直是行业的先行者:从纯电动技术突破到氢能引领,从超级卡车战略

持续升级 3.0 战略到超级动力链优势强化,从轻量化技术不断深入到智能网联、自动驾驶商业化运营率先落地……正是因为有福田汽车这样敢于创新、勇于先行的企业,中国才能以极快的速度,成为世界上商用车销量最大的地区,并且正在成为全球商用车产业最具竞争优势的地区。

“艰难方显勇毅,磨砺始得玉成。”1996 年成立的福田汽车,能够在 2020 年取得骄人的业绩,稳居行业前列,也是经历了无数磨砺,在不断的创新变革中发展。

“十三五”圆满收官,“十四五”全面擘画。福田汽车在“十三五”收官的 2020 年,取得了丰硕的成果。2021 年是“十四五”的第一年,相信福田汽车能够“咬定青山不放松,脚踏实地加油干。”永葆初心、牢记使命,乘风破浪、扬帆远航。

福田汽车“通过奋斗,披荆斩棘,走过了万水千山”,未来“还要继续奋斗,勇往直前”。

