

# 抢席“世界500强” 中国企业连续两年超美

## 保持数量优势

今年的榜单里,中国大陆(含香港)上榜公司数量连续第二年居首,达到135家,比上一年增加11家,加上中国台湾的企业,中国共有143家公司上榜,对比美国多出21家。美国共计122家公司上榜,比上一年增加1家。

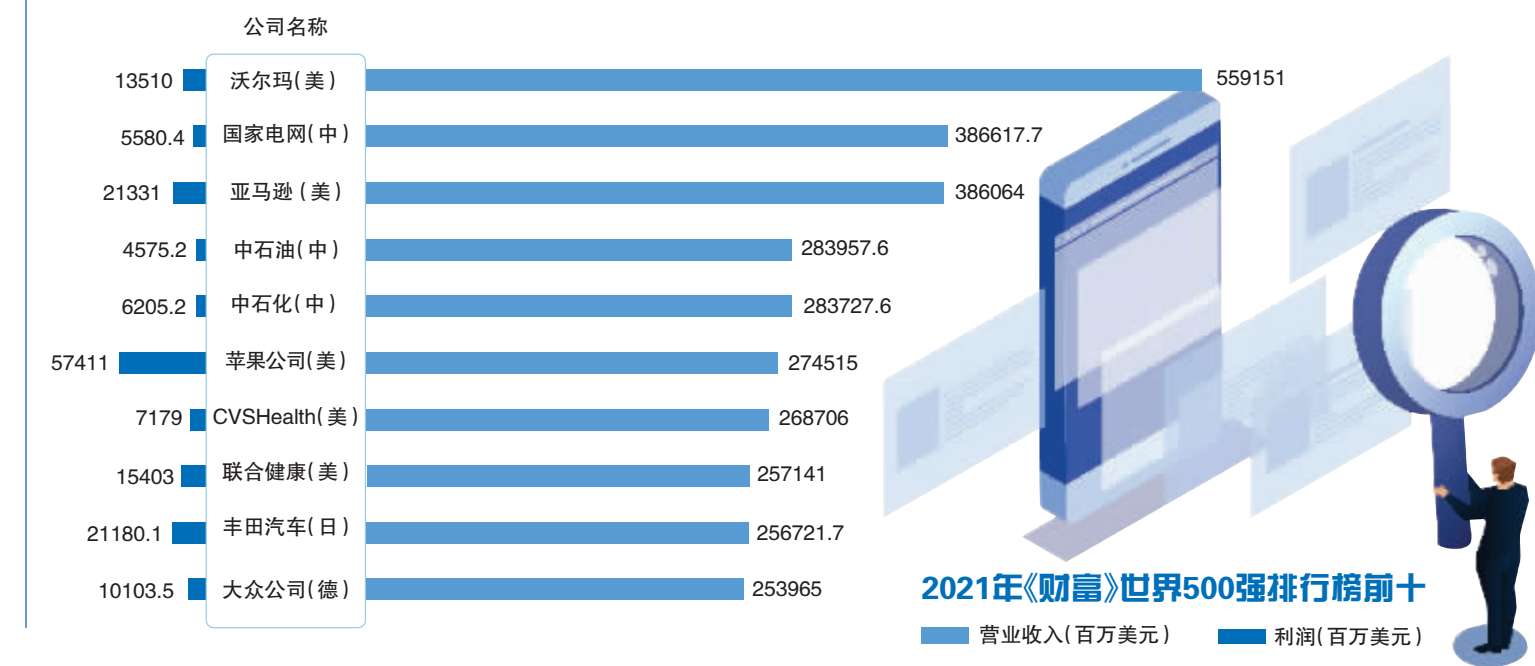
营收榜排名前十的公司分别为沃尔玛、国家电网、亚马逊、中石油、中石化、苹果公司、CVSHealth、联合健康、丰田汽车和大众,中国公司占了三个席位;在盈利方面,工、建、农三大中国银行继续位列利润榜前10位;在利润率榜上,台积电位居第二,腾讯以超过33%的利润率位列第四。

净资产收益率榜上,中国公司中,排位前五的分别是联想集团、恒力集团、融创中国控股有限公司、台积电以及青山控股集团。

在45家新上榜和重新上榜公司中,中国公司有18家,分别是中国船舶集团、浙江荣盛控股集团、浙江恒逸集团、融创中国控股有限公司、敬业集团、新希望控股集团、新华人寿保险、潍柴动力、北京建龙重工集团、浙江省交通投资集团、龙湖集团、广州市建筑集团等。

排名位次的变化上,今年上升最快的是晋能控股集团,大幅跃升325位,位列第138位;山东能源集团上升225名,位列第70位。但是需要注意的是,这两家公司排名跃升均是由于几家世界500强能源与矿业公司之间的重组合并。其中,山东能源集团与兖矿集团联合重组。晋能控股来自多家世界500强的重组与整合,包括原同煤集团、晋煤集团、晋能集团和潞安集团等公司。

8月2日,2021年《财富》世界500强正式发布,中国公司上榜数量达到143家,连续第二年居首,而且由于从疫情中较快恢复,进入2021年排行榜的中国公司不仅有数量上的优势,企业经营状况在横向对比中也有提升。然而,有分析指出,因为缺乏创新产品和核心技术,不少进入500强的中国公司竞争能力还不够强,尤其在ICT产业和工业软件领域,中国企业还需要再接再厉。



团和潞安集团等公司。

今年上榜的互联网相关公司共有7家,中国占了4家,分别是京东集团、阿里巴巴、腾讯控股和小米集团。这些中美互联网大公司的排名较去年均有提升,其中排名提升幅度最大的是小米集团,上升84位。

## 经营状况提升

受新冠肺炎疫情影响,今年《财富》世界

500强排行榜企业的营业收入约为31.7万亿美元,比去年下降5%;进入排行榜的门槛(最低销售收入)从254亿美元下降到240亿美元;企业利润大幅跌落,所有上榜公司的净利润总和为1.6万亿美元,同比大幅下降20%,是2009年以来最大跌幅。

不过,虽然疫情影响了企业的经营,上榜中国公司的平均销售收入和平均利润与上年相比基本持平,而且因为从疫情中较快恢复,进入榜单的中国公司,经营状况在横向对比

中也有提升。

2020年榜单中,上榜的124家中国大陆(含香港)公司,平均利润不到36亿美元,约为美国企业(70亿美元)的一半,也低于全球500家大公司平均利润41亿美元。今年,135家中国大陆(含香港)上榜企业平均利润约35.4亿美元,高于500家公司的平均利润(33亿美元)。此外,上榜中国大陆(含香港)公司销售收益率与去年持平,约为5.4%;净资产收益率比去年下降,约为8.7%。这两项指标

均超过世界500强的平均数,且中国和美国公司的差距在缩小,分别缩小到了1.2倍和1.4倍。

值得注意的是,在此次的榜单中,国务院国资委监管的中央企业及子企业占了1/3,共有49家入围,地方国资委监管的国有企业共有33家入围。

## 盈利能力对比

今年的榜单中,中国企业的数量和质量都在提升,但不得不提的是,部分领域与国外公司有所差距。具体而言,进入榜单的中国ICT产业公司只有9家,美国则有19家。

此外,在软件领域,两家《财富》世界500强公司谷歌和苹果所控制的移动操作系统安卓(Android)和iOS的市场占比分别高达81.5%和18.4%,几乎控制了整个智能手机的操作系统市场。另一边,工业软件相当于企业的神经系统,但是在目前的中国工业软件市场上,国产软件只占据了1/10。

财富杂志还公布了最赚钱的50家公司名单,苹果依旧排第一,利润高达574.11亿美元,沙特阿美以492.87亿美元利润排第二,软银以470.53亿美元排第三,中国工商银行以457.83亿美元排第四。微软、谷歌母公司Alphabet和社交媒体巨头Facebook在利润榜上分别位列第5、第7和第10。

中国人民大学重阳金融研究院高级研究员王衍行表示,中国的上榜企业必须谦虚谨慎、居安思危,尤其应该保持清醒的头脑,急需应对的、严峻的新挑战可能才刚刚开始。也许,明年个别老面孔将脱榜,抑或不复存在。”

北京商报记者 石飞月

## 中外用料不同 梦龙“环保”还是双标

“吃个雪糕也要被区别对待?”8月2日,因冰淇淋国内用料成本远低于国外,梦龙被质疑中外产品原料“双标”并登上微博热搜。按照网友提供的资料,国内版梦龙冰淇淋的主要原料为植物油,而欧洲生产的则为牛奶。对此,梦龙方面并没有否认,并将其解释为“植物基更环保”。不过,这种说法并没有被网友接受,并认为是梦龙降低成本之举。根据业内人士的说法,用植物油而非牛奶来做冰淇淋的原料,主要原因就是为了降低成本,两者成本相差达4-5倍。

### 国内外配料不同

“梦龙外面的巧克力和其他地区的一样,都是来自比利时的可可脂;但国内版里面的冰淇淋却是大比例植物油(没有经过氢化工序),而其在欧洲生产的梦龙却是牛奶制作的。”有网友在社交平台称。

根据该网友提供的其他国家或地区的梦龙配料表,绝大多数的冰淇淋成分是乳脂,而国内版梦龙冰淇淋的配料表上,乳脂的比例仅为3.7%。这让宣称使用进口乳粉原料的梦龙陷入网友的“口诛笔伐”之中,梦龙与和路雪相继登上当日微博热搜话题。

针对上述网友质疑,梦龙MAGNUM官微回应称,根据国家标准GB/T31114对冰淇淋的定义,梦龙产品属于其中的一类—组合型植脂冰淇淋,这里的“植脂”指的是冰淇淋选用了“植物油”,并不是指冰淇淋中使用了植脂末。

从该回应来看,梦龙官微的说法是承认了国内冰淇淋原料为植物油而非牛奶,这也被网友认为是坐实了中外产品原料“双标”。值得一提的是,目前梦龙MAGNUM官微的回应已经删除。对于回应删除原因以及梦龙在全球的选用原料依据,北京商报记者采访联合利华相关负责人,但截至发稿并未收到回复。

公开资料显示,梦龙MAGNUM是和路雪(中国)有限公司旗下的高端冰淇淋品牌,和路雪是联合利华旗下企业。据天眼查显示,联合利华食品(中国)有限公司曾因生产的产品“标签标识的配料与实际生产配料不一致”被行政处罚。

### “植物油脂”VS“植脂末”

在上述官方回应中,梦龙特地强调其组合型植脂冰淇淋产品选用的是“植物油”而非“植脂末”,那么,两者到底有什么区别成为网友们关注的重点之一。

根据国家标准GB/T 31114-2014,组合型植脂冰淇淋是以植脂冰淇淋为主体,与其他种类冷冻饮品(或)巧克力、饼干等食品组合而成的食品,其中植脂冰淇淋所占质量分数大于50%,如巧克力脆皮植脂冰淇淋、华夫夹心植脂冰淇淋等。

事实上,梦龙之所以急于撇清与植脂末的关系是因为目前行业内常常将植脂末与反式脂肪关联在一起,而反式脂肪会危害人体健康。

“植物油泛指任何植物油,比如橄榄油、大豆油、玉米油等以及食品工业上常用的棕榈油、棕榈仁油、椰子油;植脂末的主要成分也是植物奶油(氢化植物油),相对来说,植脂末更不健康。”注册营养师陈然在接受北京商报记者采访时表示。

资料显示,植脂末又称奶精,是以精制植物油或氢化植物油、酪蛋白等为主要原料的新型产品。最新研究表明,植物油的部分氢化,实际上是把植物油的不饱和脂肪酸变成饱和或半饱和状态的过程,此过程中会产生反式脂肪酸,它可以使人体血液中的低密度脂蛋白增加,高密度脂蛋白减少,诱发血管硬化,增加心脏病、脑血管意外发生的危险。

“目前植脂末的使用依然很广泛,比如奶茶、咖啡、烘焙、冲调饮料等,但只要所用植脂末当中不含有反式脂肪,对人体健康影响就

不会太大。”陈然称。

### 有心植物基还是有意降成本

除坐实配料“双标”,在此番回应中,梦龙将国内外用料不一“甩锅”给素食、环保也触怒了网友。

在已被删除的回应中,梦龙表示,今年5月上市的“梦龙素享”,是用植物油替代动物油脂、植物蛋白替代动物蛋白,是其迈向植物基的第一步。之后会有更多的植物基产品加入到产品线。并声称:“将不断探索以植物为基础的研究,追求冰淇淋美味的同时也希望减少对环境的影响。目的是为了顺应未来发展,让可持续生活成为常态”。

然而,网友对此回应并不买账,许多网友质疑其避重就轻,没有回应“国内外配方用料不同”一事。甚至有网友表示:“对冰淇淋来说,植脂的口感和香气比乳脂差远了,成本也更便宜。梦龙明明是为了节约成本,却要立‘植物基环保牌坊’!”

“用植物油而非牛奶来做冰淇淋的原料,主要原因就是为了降低成本。按照中国生乳价格来计算,一般的动物油脂跟植物油相比,成本价相差大约在4-5倍。考虑产品里还会有香精等添加物,以植物油为原料生产梦龙产品的综合成本约是动物油脂的1/4到1/3。”乳业独立分析师宋亮对此分析道。

低成本高售价或是梦龙被中国消费者诟病的主要原因。北京商报记者在每日优鲜等平台发现,梦龙冰淇淋单支的价格约为10-14.5元,产品类型为“组合型植脂冰淇淋”。而同在10元以上价位中的光明优倍鲜奶冰淇淋为“清型全乳脂冰淇淋”,一盒价格为11-12元;伊利甄稀冰淇淋的产品类型也是“清型全乳脂冰淇淋”,一盒价格约为9-10元。

快消新零售专家鲍跃忠表示,对企业来说,从产品端看,符合国家标准则说明是合格的产品,但如果出现问题后不能及时让消费者理解和接受,就将变成重要的公关问题。

北京商报记者 郭秀娟 王晓 实习记者 张函

## 元道通信IPO大考在即 创业板定位遭三连问

北京商报讯(记者 董亮 丁宁)为中国三大通信运营商、中国铁塔以及华为、爱立信等通信设备制造商提供通信技术服务的元道通信股份有限公司(以下简称“元道通信”)将迎来上市大考。

根据安排,创业板上市委将于8月4日审议元道通信的首发事项,而在冲刺创业板的道路上,元道通信创业板定位问题引起深交所重点关注,深交所第三轮问询中连发三问。

其中,元道通信扁平化销售体系、集中化管理模式等业务模式的创新性是深交所提出的第一点质疑。

据了解,在论述“构筑创新业务模式”段落,元道通信将其总部统一负责的扁平化销售体系、总部统一管控的集中化管理模式作为一项“模式创新”。对此,深交所指出,根据一般商业认知,扁平化销售体系、集中化管理模式已广泛存在于各行各业,通常不会将其作为一项“模式创新”。因此,深交所要求元道通信说明其所采用的扁平化销售体系、集中化管理模式是否与其他企业相比具有明显的创新之处。

这一质疑直指“倒问”了元道通信,元道通信在招股书中删除了业务模式创新的相关内容,并对相关表述进行修订。

招股书显示,元道通信是我国领先的通信技术服务企业,主要面向中国移动、中国电信、中国联通等通信运营商和通信基础设施运营商中国铁塔,以及华为、爱立信等通信设备制造商,提供包括通信网络维护与优化、通信网络建设在内的通信技术服务。

针对公司相关问题,北京商报记者致电元道通信招股书中披露的联系电话进行采访,但对方电话并未有人接听。

第二点则是元道通信信息通信软硬件产品中存在少量将内部管理软件对外销售的情形,保荐机构认为,该商业模式对通信技术服务行业属于创新。具体来看是指,元道通信的综合运营管理系统中的外勤管理、车辆管理、信息档案管理等模

块既能用于内部经营管理,又已单独形成产品投放市场。

这一商业模式也引起了深交所的关注,在第三轮问询中,深交所要求元道通信将内部管理软件对外销售的具体商业模式进行说明。

元道通信在回复中表示,该商业模式即向客户销售或定制化开发信息通信技术产品,以及基于本地化服务优势、客户资源所开展的其他政企类产品服务。主要客户包括黑龙江铁塔、亳州电网,还有面向江城智能等中小型企业客户。

此外,元道通信招股书中所表述的“产品创意”也遭到了深交所的问询,深交所要求元道通信说明具体含义。

据了解,元道通信将上述所述内部管理软件的销售作为一项“产品创意”,并以此支撑“三创四新”的论述过程,深交所认为这一逻辑与通常对“创意”的理解存在一定差异。

元道通信表示,公司在研发综合运营管理系统时,要求系统模块既能用于内部经营管理,又能单独形成产品投放市场,此类产品在需求开发、功能设计、商业逻辑等方面存在一定创意,故公司此前将之归类至“产品创意”中。鉴于这些产品在业务实质上仍属于对传统通信技术服务的业态创新,公司在招股说明书中将之与业务创新整合。

证券市场评论人布娜新在接受北京商报记者采访时表示,创业板主要服务于“三创四新”企业,即企业符合“创新、创造、创意”的大趋势,或者是传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式“深度融合”与科创板具有不同特色,创业板主要服务成长型创新企业,有利于推动更多优质新兴科技类企业登陆资本市场,支持传统产业与新技术新产业新业态新模式融合,进一步提升资本市场服务实体经济能力。”布娜新如是说。

在对创新相关内容进行修订之后,元道通信是否符合创业板定位仍是本次大考可能面临的重要问题。