寻觅业绩浪 1782份年报筛出四大成长行业

本报记者 赵子强 姚尧 徐一鸣 见习记者 任世碧 楚丽君

编者按:本周,A股市场三大指数继续整理,市场仍然低迷。4月15日,央行决定于2022年4月25日下调金融机构存款准备金率0.25 个百分点(不含已执行5%存款准备金率的金融机构)。分析人士表示,随着市场流动性的增加,A股有望迎来震荡修复走势,业绩确定性 强的行业和公司受追捧形成业绩浪的几率提升。由此、《证券日报》对已披露2021年年报的1782家公司的利润数据和所属行业进行分析 梳理,发现交通运输、石油石化、纺织服装和基础行工等四行业归母净利润增幅居前。今日特对上述行业进行解读,以飨读者。

石油石化:

19家公司合计归母净利润 同比增长161.18%

同花顺数据显示,截至4月15日, 石油石化行业内共有19家公司披露 2021年年报,合计归母净利润达 1885.53亿元,按可比数据计算,同比 增长161.18%,位居申万一级行业第

盈利方面,中国石油、中国石化、 恒力石化等3家公司归母净利润均超 155亿元。其中,中国石油归母净利润 达921.61亿元,暂列首位。

19家公司中,有14家公司归母净 利润实现同比增长,占比73.68%。其 中,茂化实华、中国石油、宇新股份等9 家公司归母净利润实现同比翻番,博 迈科、恒力石化两家公司归母净利润 实现同比增长15%以上。

在业绩支撑下,多数公司股价呈 现上涨。截至4月15日,宇新股份、恒 力石化、广汇能源、ST海越4家公司股 价月内累计涨逾5%。华锦股份、海油 工程2家公司股价月内涨逾1%,中国 石化、石化油服、中国石油3家公司股 价月内涨幅均在1%以下。

中信证券分析师王喆表示,2022 年将是全球能源结构转型、中国"双 碳"目标持续深化的一年,也将是国内 经济稳中求进、宏观政策超前发力的 一年。在当前全球疫情反复、海外流 动性收紧预期增强、原油价格持续推 升的复杂环境下,能源化工行业也面 临着挑战与机遇。

信达证券分析师陈淑娴分析称, 长空间。推荐相关上市公司:荣盛石 化、恒力石化等。

除上述信达证券推荐的2只个股

在"十四五"石油化工行业规划、"双 碳"目标等政策指导下,石化行业结 构整合与转型升级大方向不变,能源 转型替代步伐加快,具备全流程产业 链、规模效应、原料油高利用率、多元 化产品等优势的炼化一体化企业头 部效应凸显,且降油增化、原料轻质 化、自产能源清洁化等成为未来大炼 化的主要发展方向。看好低估值龙 头企业积极开拓新机遇,打开市场成

以外,近30日内,中海油服、中国石化、 中国石油、上海石化、广汇能源、石化 油服、海油工程等个股均受到机构给 予"买入"或"增持"等看好评级,后市

王琳/制图

截至4月15日,A股市场已有1782家上市公司披露2021年年报

其中

- 69家交通运输行业公司归母净利润同比增长224.67%;
- 19家石油石化行业公司归母净利润同比增长161.18%;
- 18家纺织服饰行业公司归母净利润同比增长156.32%;
- 152家基础化工行业公司归母净利润同比增长146.05%

纺织服饰:

18家公司合计归母净利润 同比增长156.32%

同花顺数据显示,截至4月15日,已 有18家纺织服饰行业上市公司披露 2021年年报,18家公司合计实现归母净 利润72.1亿元,2020年合计实现归母净 利润为28.13亿元,同比增长156.32%。 其中,有14家纺织服饰公司2021年度归 母净利润实现同比增长,占比近八成。

面对去年纺织服饰行业盈利增长 情况,中金公司表示,全球纺织供应产 能紧缺,纺织制造行业订单充沛,商品 关税豁免落地增强接单效率。自2020 年下半年以来全球疫情趋稳、服装消费 稳步复苏,纺织制造行业订单量快速增 长,行业出口也延续稳增趋势。此外, 美国贸易办公室近期重新豁免352项 产品关税(含针织服装附件等品类),客 观上有利于国内产能布局的纺织制造 公司接单效率、生产盈利能力提升。

具体到公司方面,剔除2021年扭 亏公司之外,8家公司2021年度归母净 利润同比增长超过20%,富春染织报告 期内实现归母净利润同比翻番,达到 105.39%,森马服饰、南山智尚、牧高笛 等3家公司报告期内也均实现归母净 利润同比增长50%以上。

随着纺织服装出口稳步增长,行业 景气度逐步上升。根据海关总署4月 13日发布的数据,2022年一季度我国 出口纺织纱线、织物及制品365.659亿 美元,同比增长15.1%,而2021年一季 度我国出口纺织纱线、织物及制品 317.819亿美元;2022年一季度我国出 口服装及衣着附件356.849亿美元,同 比增长7.4%。

对此,接受记者采访的东北证券首席 策略分析师邓利军表示,2021年纺织服装 行业发生订单回流有两方面原因:一方 面,东南亚地区受疫情冲击,供应链出现 问题,订单就从印尼、越南、菲律宾转移 中国;另一方面,与东南亚相比,我国纺织 企业在设计、设备以及供应链上均有明 显优势,物流电力等配套基础设施也具备 较大优势。短期内,我国纺织服装业出口 受国际国内疫情影响比较大,落脚点还是 在于谁的供应链更稳定。中期来看,我国 对纺织服装业设计、设备的升级,基础设 施的保障,上下游产业链的整合与布局, 仍然是东南亚地区难以追赶的优势。"

市场表现方面,4月份以来,纺织服 饰行业指数累计下跌4.1%,跑输上证 指数(月内累计下跌1.26%)。尽管如 此,仍有7只去年归母净利润同比增长 股期间股价实现上涨,牧高笛表现最突 出,股价累计涨幅达41.83%。

对于纺织服饰行业的投资机会,私 募排排网研究员刘文婷对记者表示: "相对看好纺织服装板块的投资机会: 其一,纺织服装板块股息率高,在当前 市场投资偏谨慎的环境下,高股息率带 来的安全边际使得偏低估值的纺织服 装板块吸引力提升;其二,在行业事件 影响下,国产服装品牌迎来了崛起的良 机,各大国产服装品牌纷纷发力营销, 品牌影响力大幅提升,国产服装品牌市 占率有望提升;其三,3月份以来疫情的 多点频发一定程度上也影响了服装的 终端消费,随着疫情的逐渐好转和换季 因素有望带动服装市场需求。"

69家公司合计归母净利润 同比增长超2倍

同花顺数据显示,截至4月15日,A 股市场中已经有1782家上市公司披露 2021年年报,其中,交通运输行业中已 披露年报公司达69家,2021年合计实 现归母净利润为1315.02亿元,2020年 合计实现归母净利润为405.03亿元,同 比增长224.67%,暂居申万一级行业去 年归母净利润同比增长率首位。

进一步梳理发现,上述69家公司 中,去年有49家实现归母净利润同比 增长,占比超七成,其中,长航凤凰 (813.52%)、中远海控(799.52%)、怡亚 通(310.29%)等3家公司去年归母净利 润同比增长均超3倍。

政策方面,交通运输行业也迎来利 好消息。近日,交通运输部、国家铁路 局、中国民用航空局、国家邮政局、中国 国家铁路集团有限公司联合发布《关于 加快推进冷链物流运输高质量发展的 实施意见》,其中提到,要优化枢纽港站 冷链设施布局、完善产销冷链运输设施 网络、推广应用智能化温控设施设备、 创新冷链运输组织模式等。

多重利好消息下,交通运输行业 走强。4月以来,交通运输行业指数期 间累计涨3.43%,大幅跑赢同期上证指 数(期间累计跌1.26%),行业内有37只 去年归母净利润同比增长股期间跑赢 大盘,东航物流、上港集团、招商轮船 等3只个股期间累计涨幅均超13%,表 现强势。4月以来,49只绩优股中有12 只获得北向资金加仓,合计加仓股数 为4578.56万股,唐山港和山东高速期 间获北向资金加仓股数居前,分别为 1487.21万股和1268.66万股。

安爵资产董事长刘岩在接受《证 券日报》记者采访时表示,交通运输行 业既有增长的业绩做支撑,也有疫情 解封后对于运输需求上涨的预期,所 以在市场中表现一直相对优异。

对于交通运输行业的投资机会,圆 融投资股票部高级研究员朱晓艳对记 者表示,当前行业投资机会主要集中于 航空板块,该板块具有一定的困境反转 预期。对于航空公司而言,疫情管控总 要结束,未来压制许久的出行需求会集 中爆发,预计业绩弹性较大。

中金公司表示,建议投资者重点 关注四大类机会:一是航空机场板块 的疫后修复与供需改善的机会;二是 快递板块伴随监管政策的延续性和格 局改善,业绩增长确定性强;三是细分 物流赛道的高成长个股;四是互联网 物流未来或迎来平台监管政策风险落 地后的估值回归。

私募排排网旗下融智投资基金经 理胡泊对记者表示,物流板块有较强 的公共事业属性,整体估值处于合理 水平,具有一定的防御特征,该板块行 情能否持续仍有待观察。

本版主编 于德良 责编石柳制作李波 E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785

基础化工: 152家公司合计归母净利润 同比增长146.05%

基础化工行业内共有152家公司披露 2021年年报,合计归母净利润达1317.2 亿元,按可比数据计算,同比增长 146.05%,位居申万一级行业第四名。 再看基础化工下申万二级子行业,化 学原料板块、化学纤维板块和农化制 品板块的归母净利润同比增长率位居 前三位,分别为273.41%、216.03%、 152.21%

(7284.28%)、远兴能源(7171.11%)、怡达 股份(3496.26%)、多氟多(2490.80%)、金 瑞矿业(2060.83%)等在内的10家公司 2021年的归母净利润同比增长超过 1000%,此外,尚有45家公司2021年归母 净利润同比增长率超过100%。

金鼎资产董事长龙灏对《证券日 报》记者表示:"2021年基础化工行业净 利润大增主要是受益于化工产品的涨 价,也与各国所实施的宽松货币政策、 中国制造业在全球竞争优势逐步提升 有关。特别是在碳中和政策背景下, '以限代产''降负荷'等减排措施使得 行业在能耗双控下出现供需错配,部分

同花顺数据显示,截至4月15日, 基础化工产品价格持续位于高位,致使

巨泽投资董事长马澄告诉记者: "从已披露业绩的磷化工企业看,下游 行业对磷酸铁锂需求的爆发式增长直 接带动'磷矿石-黄磷-磷酸-磷酸铁' 景气度提升,整个磷化工产业链共振

行情方面,4月份以来,截至4月15 从公司角度看,包括和邦生物 日,上证指数期间累计下跌1.26%,而在 已公布2021年年度业绩报告的基础化 工股中,有48只股票期间累计涨幅跑赢 上证指数。其中,双环科技和山东海化 期间累计涨幅超过20%,分别为22.67% 和20.82%。

基础化工行业公司也成为各大机 构持仓的标的。统计发现,在已公布 2021年年度业绩报告的基础化工行业 公司中,截至2021年末,包括卫星化学、 双星新材、山东海化、华鲁恒升、瑞丰新 材等在内的52家公司前十大流通股股 东名单中出现社保基金、养老金、险资 和QFII等四大机构身影,成为机构布局 的重要标的。

1688升级诚信通:做厚产品价值 成为客户的"军师"

新冠肺炎疫情进入第三个年头, 电商人也在"时空紊乱"中艰难度日。 电商的时空秩序被扰乱,则是稳定的 上下游关系被打破,订单不稳定、现金 流不足、无法拓新客等等问题的集中

如何让"时空"回归正轨——适应 高速变化的行业环境,更高效地了解 客户需求,让商品信息更精准地传递 给目标客户,留下客户成为常客,是工 厂和中小商家的群体焦虑点。

近日,阿里巴巴内贸B2B平台1688 宣布,旗下最基础会员产品诚信通再 次升级,围绕生意的逻辑和本质,以工 具和场景双助力,为商家经营链路提 供"建站发品、营销推广、交易履约、客 户管理"的经营能力,以此提升企业的 经营效率,全方位帮助中小企业把握 数字化转型机遇,让生意变得更简单。

诚信通升级 做好商家的"军师"和生意参谋

诚信通产品负责人介绍说,1688 平台上有很多商家的产品很优质,加 工定制能力也很强,却在营销能力、服

务能力,以及对商品趋势判断上存在 短板。因此,全面展现工厂的实力、让 买家看到,是诚信通升级的一个基本 出发点。

升级后的诚信通不仅为会员提供 了快速开设数字店铺的能力,让商家 短短10秒就能拥有自己的线上店铺; 会员还可以优化店铺,全方位展现商 品优势,抓住买家眼球。而通过专属 认证标识、工厂名片,展示自身的实 力,获得用户的信赖。此外,全新升级 的商家工作台,帮助商家还原经营核 心链路,高效作决策。

升级后的诚信通还在匹配买卖双 方的精确度上大下功夫。围绕买家需 求,进行全站分场景特色营销。根据 商家及商品分类精细化营销展示,细 分为找货源、找工厂、找工业品三大经 营场景。无论是想找现货、加工定制, 还是特殊定制,都在垂直导购场景中 实现。商家也可以针对目标买家,实 现精准化营销。

从拉新到留存,考验的不仅是工 厂的制造力、展现力,更是服务力。 诚信通通过升级"询""付""履"环节, 三管齐下,为交易履约提供优质服务

在"询"上,过去许多商家客服人 员不足,无法及时回应买家咨询。升 级后,可以通过"7×24小时"智能响应 工具提升旺旺响应率,询盘商机一目 了然;在"付"上,这次升级了支付交易 环节,优化了B类交易工具和金融产 品,前者可以支持批量操作,助力商家 高效开单,后者针对资金的极速周转 需求,提供贷款服务;在"履"上,过去 商家在发货履约阶段,由于自身规模 不大,物流议价能力弱、服务不规范, 诚信通升级后,给商家提供官方直送 服务,打造平台优质物流服务体验。

在"询""付""履"过程中,诚信通 帮助商家通过智能数据管理方式,掌 握客户行为,实时捕获商机,提供商品 售卖动态竞争分析,成为商家的"军 师"和生意参谋。

帮工厂打造私域也是此次诚信通 升级的重点。诚信通还增加了店铺会 员号功能,为商家打造私域场景。在 这里,商家的会员用户可以看到专属 的产品和价格,更好地达成交易。如 果商家需要推广商品、增加曝光量,也 可以一键"私域"转"公域",打通微信

小程序,让工厂在微信生态里做营销。

对于新老用户,升级后的诚信通 亦有针对性的指引,从而提高经营效 率。针对新用户,诚信通设立了新客 指引专区、线上新手任务、新商护航计 划等一系列商家运营解析攻略,帮助 新商家迅速建立1688运营思路,解决 操作问题,快速获取生意效果;针对老 客户,除了成长指引专区,还设有1688 小课堂实操、线上商家成长中心等功 能,提升商家竞争力,让生意规模持续

上述诚信通产品负责人表示,希 望商家把诚信通当作一个数字化转型 的平台,利用诚信通完成数字化管理、 数字化营销和数字化供应链。

日拱一卒 "让生意更简单"

2002年3月份,诚信通正式推出, 今天的会员数已突破100万。诚信通 作为1688平台的三大核心会员产品之 一,20年来始终从买家体验和商家价 值出发,不断升级商品力,做厚产品价 值,满足商家的多元化营销需求。

最初的诚信通定位在"黄页"上, 主要功能是帮助企业做简单的信息展 示和认证。2007年,诚信通首次全面 升级,真正帮助客户构建自己的企业

自此,诚信通开启了"日拱一卒" 式的迭代历程。2008年至2016年期 间,诚信通持续升级,新增了旺铺、求 购推荐等功能,为客户提供一站式线 上营销服务;2016年至2020年期间构 建了多维场景化自主营销新矩阵,增 强了围绕产业带源头工厂的货源供 应链服务能力,完成了交易、营销、大 数据分析、客户管理等环节的全方位

历次诚信通的升级都围绕在制造 ——站在工厂的立场上面,去构建 工厂的数字化成长路径。

随着新一代信息技术的发展,以 用户为中心的直播电商、社交电商、 社区电商、内容电商等各种新形态和 新模式不断涌现,如快手、抖音、小红 书、微商、博主、主播和社区团购等。 这些"新电商"有着进入门槛低、转化 快的特点,在短时间内快速渗透到各 个行业,涌现出大量的先进性买家。

而这些买家通过1688直连工厂、精简 供应链的方式重构了供需模式,令市 场上先进性买家群体对源头工厂的 需求激增。

这意味着工厂要面对的买家需求 越来越多元化。数字化程度不够的工 厂在遇到先进性买家以及市场变化 时,能力不足,轻则失去市场份额,重 则面对生死存亡。在产业互联网中, 工厂先活下去,才有可能去面对明天 产业数字化、全链路改造的可能性。

上述诚信通产品负责人认为, "帮工厂达成更多的交易,实现销售的 增长"是核心所在。"对产业互联网,我 们的切入点是,怎么帮工厂先把销售 量做上来。销售量上来了,数字化的 生意占比就越高,工厂后端生产数字 化的程度就越深。'

供应链路的数字化能力越高带来 的是,协同效应大幅提升、周转速度也 会大幅加快。在以产销一体化的未来 市场,这也意味着工厂竞争力的提升。

数据显示,在1688平台上,工厂的 数字化渗透率已经从10%提升至20% 多,有望达到30%。部分头部工厂的数 字化渗透率已达50%-60%。 (CIS)