

多家纺织服装上市公司2023年业绩预喜 行业有望持续回暖

■本报记者 郭霖霞

近期，A股纺织服装上市公司相继发布2023年业绩数据。东方财富Choice数据显示，截至1月29日17时，已有14家公司发布2023年业绩预告。其中，8家预增，2家扭亏，2家预减，2家续亏。

良栖品牌创始人程伟雄对《证券日报》记者表示：“通过业绩预告可以看到，纺织服装市场需求正在逐渐增加，消费者对纺织服装行业的消费信心回升。业绩预增的企业可能在产品设计、品牌营销、渠道拓展等方面取得了较好的成绩，能够满足消费者的需求，提升了市场份额。”

有人欢喜有人愁

8家预增的纺织服装上市公司包括报喜鸟、太平鸟、红豆股份、锦泓集团、众望布艺、七匹狼、森马服饰和乔治白。除乔治白外，其他7家公司预计归母净利润增幅均超过50%（含）。其中，锦泓集团的业绩增长率为最亮眼，公司预计2023年实现归母净利润约2.85亿元至3.08亿元，同比增长约299%至330%。

此外，纺织服装市场的逐步回暖也带动了红蜻蜓、九牧王等2家企业加快业绩修复，实现扭亏为盈。红蜻蜓预计2023年实现归母净利润4500万元到5850万元。九牧王预计2023年实现归母净利润1.9亿元至2.45亿元。

据业绩预告显示，上述公司除了通过多品牌运营、提升产品力等增加

收入外，通过优化渠道结构、控制租金和人力成本等措施进行降本增效也是其业绩预增或扭亏的重要原因。

例如太平鸟就是降本增效方面的“佼佼者”。关闭低效门店、调整渠道、缩减广告营销费用等措施的推行使得太平鸟2023年业绩有所改善。公司预计2023年归母净利润为4.15亿元左右，同比增加125%左右；营业收入同比下降9%左右，但销售毛利率同比增加6个百分点，公司经营费用同比下降9%左右。太平鸟相关负责人对记者表示：“利润增长的关键为推进组织变革，强化品牌力和产品力，严控商品零售折扣，加速关闭低效门店，聚焦经营质量提升。”

有人欢喜有人愁。在纺织服装行业整体回暖的背景下，仍有多家公司2023年业绩预减及续亏。其中，戎美股份预计2023年实现归母净利润8121万元至9045万元，同比减少46%至51%；盛泰集团预计2023年实现归母净利润8000万元至1.2亿元，同比减少78.73%至68.09%；哈森股份减亏，预计2023年归母净利润亏损250万元到500万元。

服装出口将改善

2023年，随着国家稳增长扩内需政策持续发力，人们消费活动逐渐增加，消费场景日益丰富，我国纺织服装市场稳步回暖。国家统计局数据显示，2023年限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长12.9%，其中2023年12月份份



东方财富CHOICE数据显示

截至1月29日17时，已有14家公司发布了2023年业绩预告。其中，8家预增，2家扭亏，2家预减，2家续亏

王琳/制图

额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长26.0%。

进入2024年，纺织服装行业能否延续回暖态势？对此，东华大学客座教授潘俊对《证券日报》记者表示：“纺织服装行业整体发展态势有望向好。首先，在各类政策加持下，2024年国内终端消费潜能将进一步被挖掘，纺织服装市场将处于持续修复过程中。其次，2023年偏弱的纺织服装出口将有望在今年得到改善，预计今年纺织服装出口降幅将持续收窄，甚至有望转正。”

多家机构亦纷纷表示看好行业将迎来制造订单拐点与品牌消费机遇。中银证券认为，2023年服装消费呈现弱复苏趋势，复苏的大方向没有改变，2024年服装的销售仍会呈现较为稳健的增长。浙商证券预计，2024年品牌服装行业整体有望呈现出收入增长提速、净利率修复状态。

在此背景下，纺织服装企业抢抓机遇，增品种、提品质、创品牌，正不断努力开拓新渠道，赢得更大市场。

报喜鸟相关负责人对记者表示：“2024年公司将继续坚持以服装为主

业，实施多品牌、全渠道发展，坚持成熟品牌稳健发展、成长品牌快速健康发展，培育品牌小步快走的经营策略，不断夯实各品牌的市场基础，扎实推进各品牌经营计划的实施，持续推进产品力、渠道力、品牌力、运营力的提升。”

红蜻蜓方面表示，未来，公司各品牌的发展都将更多的基于大模型在各个环节的深入运用，并将基于柔性快返模式下的新时代数智化供应链运营体系，实现高毛利、高周转、低库存，提升公司经营业绩水平。

需求增加 多家半导体设备公司2023年业绩预喜

■本报记者 刘欢

同花顺iFinD数据显示，截至1月29日，共有11家半导体设备公司发布2023年业绩预告。其中8家公司预计去年营收、净利均实现增长。

记者了解到，市场需求规模增长、国产化加速是多家半导体设备企业2023年业绩预增的重要原因。

“目前我国半导体设备行业正处于快速发展阶段。展望今年，随着5G、物联网、人工智能等新兴技术不断发展，半导体设备需求将持续增加，叠加国内晶圆厂产能持续扩张，国内半导体设备企业有望迎来更大发展机遇。”中国信息协会常务理事朱克力表示。

中科飞测净利预增超860%

具体来看，在11家发布业绩预告

的半导体设备公司中，盛美上海仅预计了2023年的营业收入，中科飞测、晶升股份、拓荆科技等8家预计归母净利润实现正增长。

预计归母净利润增幅最大的中科飞测表示，2023年公司实现归母净利润1.15亿元到1.65亿元，与2022年同期相比，将增加1.03亿元到1.53亿元，同比增长860.66%至1278.34%。

中科飞测表示，报告期内，下游客户市场需求规模增长，此外，公司持续推进国产化，产品种类日趋丰富，综合竞争力持续增强，客户订单量持续增长，客户群体覆盖度进一步扩大，上述因素有力推动了公司经营业绩快速增长。

中国电子商务专家服务中心副主任、资深人工智能专家郭涛向《证券日报》记者表示：“2023年，多数半导体设备企业在突破核心技术、持续产业化推进和产品迭代升级方面取得了重要

成果，使得产品种类更加丰富，综合竞争力持续增强。另外，随着国内半导体检测与量测设备市场的快速发展，下游客户对设备国产化的需求迫切，推动了市场需求规模的增长。”

市场份额逐步提高

此前国内半导体市场中，海外厂商的设备占较高份额。但在已经发布的2023年业绩预告中，多家半导体设备公司表示，旗下主要设备类产品性能优异、品质稳定，销售订单持续增长，品牌认可度不断提升，客户群体覆盖度进一步扩大，其在产业化推进过程中取得了显著成果。

以中微公司为例，其预计2023年度实现归母净利润17亿元至18.5亿元，与2022年同期相比，将增加5.3亿元至6.8亿元，同比增加约45.32%至58.15%。订单方面，公司2023年新

订单金额约83.6亿元，较2022年新增订单的63.2亿元增加约20.4亿元，同比增长约32.3%。其中刻蚀设备新增订单约69.5亿元，同比增长约60.1%。

中微公司表示，受益于公司完整的单台和双台刻蚀设备布局，核心技术持续突破、产品升级快速迭代、刻蚀应用覆盖丰富等优势，2023年公司CCP和ICP刻蚀设备均在国内外主要客户芯片生产线上市占率大幅提升。

国产化加速推进的背后有行业逐步回暖和半导体设备需求的共同支撑。根据SEMI数据，受周期下行影响，2023年全球半导体设备市场销售额约为1009亿美元，同比下滑6%；展望2024年，终端需求复苏驱动下，预计2024年全球半导体设备市场预计将同比增长4%，达到1053亿美元。

芯谋研究发布的数据显示，2023年中国大陆半导体设备市场规模达到创纪录的342亿美元，增长8%，全

球占比达到30.3%。预计2024年中国大陆半导体设备市场规模将达到375亿美元，增长9.6%。未来2年至3年零部件产业将迎来高速高质量发展，由点及面逐渐完善，并对设备环节形成全面有效支撑。

郭涛表示，当前国内半导体设备市场规模已经相当可观，未来发展潜力巨大。随着国内半导体产业的快速发展，对设备的需求将持续增长。此外，国家政策的支持以及产业链的完善将有助于推动国内半导体设备市场的进一步拓展，预计国产设备的市场份额将逐步提高，有望在国内市场占据主导地位。

对于企业来说，如何抓住发展机遇？朱克力认为，国内半导体设备企业应继续加强自主研发和创新，推动产品升级换代，提升产品性能与品质，以满足客户需求。同时积极拓展国际市场，参与全球竞争，为全球半导体产业发展做出更大贡献。

多数光伏上市公司2023年业绩预喜 24家公司去年四季度业绩“失速”

■本报记者 殷高峰 贺王娟

同花顺iFinD数据显示，截至1月29日晚间，光伏产业链已有32家上市公司披露2023年业绩预告，其中去年净利润增幅预计超100%及以上的上市公司有9家，中信博预计净利同比增幅约696.7%暂时领先，微导纳米则以去年净利预增417.08%紧随其后。

除上述公司外，还有17家企业去年净利预增幅度在50%及以上。而去年净利预减的企业只有6家，其中2家企业陷入亏损。

“虽然受产能过剩、产品价格下行等不利因素影响，但受益于2023年光伏装机量同比翻倍，光伏产业链上市公司业绩大部分预喜。”万联证券投资顾问屈放在接受《证券日报》记者采访时表示。

多数公司去年预喜

在已经披露业绩预告的光伏产业链上市公司中，微导纳米和石英股份的业绩增幅颇为亮眼。微导纳米为半导体、泛半导体高端微纳装备制造商，最主要的收入来源为光伏设备。微导纳米预计2023年实现营业收入约16.5亿元，同比增长141.05%；实现归母净利润约2.8亿元，同比增长417.08%；扣非净利润2亿元，增速高达909.78%。

微导纳米表示，公司2023年光伏领域新增订单是2022年的2.92倍。公

司ALD设备的市场占有率继续保持领先，产品矩阵不断丰富，实现了对TOPCon产线真空类设备的全覆盖。

石英股份为高端石英材料深加工企业，生产的多种石英器件应用于光伏生产过程。石英股份预计2023年实现净利润47.5亿元至53.3亿元，同比增长351.44%至406.56%；扣非净利润为47.2亿元至53亿元，同比上升374.47%至432.77%。

石英股份表示，受益于下游半导体、光伏等行业快速增长的需求拉动，公司2023年经营业绩实现较快增长。其中，光伏领域用石英材料市场需求同比大幅增长，产销两旺。

逆变器龙头阳光电源也在多种新能源业务驱动下实现了高速增长。阳光电源预计2023年净利润为93亿元至103亿元，同比上升157%至187%。此外，在光伏制造使用的金刚线及金刚线切割设备领域，晶盛机电预计2023年净利润同比增长50%至70%，高测股份预计2023年净利润同比增长82.6%至87.67%。

去年四季度业绩“失速”

尽管光伏产业链上市公司去年业绩大部分预喜，但也有不少公司在第四季度业绩突变。

硅片龙头TCL中环表现尤为明显。在去年前三季度，TCL中环归母净利润达到61.88亿元。

但其披露的业绩预告显示，公司

预计2023年归母净利润为42亿元至48亿元，同比下降29.6%至38.4%。以此计算，TCL中环去年第四季度预计亏损13.88亿元至19.88亿元。

对于去年第四季度业绩下滑，TCL中环方面表示，随着光伏产业链各环节产能的释放，终端装机和上游供应走向失衡，产能扩张导致竞争博弈加剧，产业链价格波动下行，利润空间进一步压缩。

“从目前披露的业绩预告看，主要呈现两大特征，一是光伏产业链的硅料、硅片、电池、组件等主要环节的业绩增速明显不如石英、逆变器、金刚线等辅材；二是N型产品的占比不断提升，加速了光伏企业的分化，抢占市场的企业业绩增长较好。”屈放分析称。

TCL中环也表示，N型技术产品快速迭代，行业产能面临结构性调整，落后产能面临停产出清。另外，各国出于能源自主可控的诉求，持续出台政策扶持本土光伏产业链制造业，加剧光伏制造本土化与贸易逆全球化趋势，给市场环境及经营带来诸多不确定性。

TCL中环只是光伏产业链第四季度“失速”的一个缩影。记者根据已披露业绩预告的32家光伏上市公司企业数据统计，其中有24家企业去年四季度业绩出现环比下降。

市场竞争加剧

“目前光伏行业正处于阶段性的

产能过剩状态，硅料价格的下降加速组件价格跌至1元/瓦以下，进一步挤压了硅料、电池片、组件等环节企业的利润。”北京特亿阳光新能源总裁祁海坤对记者表示。

“目前企业都在互相博弈，龙头企业依靠成本、技术及一体化优势坚持市场份额，二三线企业出清也不是短期能够进一步到位的。所以光伏行业在2024年上半年仍然是一个熬的过程。虽然部分辅材企业仍然能保持较高增速和高利润。但长期来看必然会受到产能过剩或者退出，届时行业实际供需不断趋于平衡，产业链价格或将回归理性。”

隆基绿能表示，第一季度是市场需求淡季，第二季度全球市场需求开始逐渐放量，预计将会对产业链价格形成支撑，推动产业链价格的修正；但是今年市场供给过剩的压力较大，如果产业链价格持续低位运行，那么财务状况脆弱、技术不先进的企业可能会被迫停产或者退出，届时行业实际供需不断趋于平衡，产业链价格或将回归理性。

“光伏产业产能扩张导致竞争博弈加剧，2023年全年，特别是去年第四季度光伏价格快速下跌，行业利润空间进一步压缩。不过由于光伏产品价格下降，叠加光电转换效率的提升，会进一步提升光伏发电经济性，驱动终端装机继续保持上升；同时价格下行会对落后产能形成挤压效应，因此对后续市场发展仍保持积极态度。”万创投行董事总经理康立冬对记者表示。

对于光伏行业波动及竞争趋势，高测股份在最近一期机构调研中表

追求高质量发展

家电巨头2023年“答卷”亮眼

■本报记者 贾丽

春节前夕，多家家电企业“亮相”自家成绩单。格力电器、美的集团、海尔集团、四川长虹等家电巨头在2023年业绩均呈现增长，部分企业业绩甚至创出历史新高。整体来看，“增长”将成为家电企业2023年业绩“答卷”的关键词。

1月28日，格力电器董事长兼总裁董明珠在“格力2024全球梦想盛典”上宣布格力电器在2023年创造了33年以来历史最佳业绩。她表示，2023年格力电器预计实现利润超270亿元，公司贡献税收约为176亿元，格力电器过去五年平均分红每年超过140亿元。

此外，近日其他家电巨头也向外界释放了2023年业绩情况。1月29日，四川长虹方面对《证券日报》记者表示，2023年，四川长虹海内外整体销售收入达到历史较好水平，持续看好今年的市场。

“政策持续落地，企业采取对新兴业务垂直深挖、降本增效等多项举措，共同助推家电巨头在2023年创下佳绩。家电行业在波动市场环境中显示出韧性及成长潜力，也向全球展示着‘中国智造’发展的速度与力度。”中国家用电器商业协会秘书长张剑锋在接受《证券日报》记者采访时表示。

部分巨头业绩创新高

据格力电器披露公告显示，公司预计2023年归母净利润270亿元至293亿元，同比增长10.2%至19.6%；营业总收入2050亿元至2100亿元，2022年同期为1901.51亿元。

对此，董明珠表示，格力电器的业务布局目前已覆盖数控机床、机器人、光伏等多个新兴领域。制造企业的使命是做世界最好产品。“希望2024年格力电器给国家的税收超过200亿元。”

三大家电巨头中另外两家也迎来不俗的业绩表现。海尔集团董事局副主席、总裁梁海山宣布，2023年，海尔集团实现全球收入3718亿元，全球利润总额267亿元，均同比增长6%。未来公司将做深汽车产业互联网、新能源产业互联网等四大垂直行业。美的集团董事长兼总裁方洪波在2024美的集团经营管理年会上透露，美的将迎来史上最好的经营业绩。

“2023年，海信集团营收突破2000亿元关口，海外收入858亿元，占比达42.6%，全球化进程不断提速。”日前，海信集团党委书记、董事长贾少谦也在公开场合公布了海信集团2023年的营收情况。

四川长虹则发布业绩预告表示，预计2023年实现归母净利润6.3亿元到7.5亿元，较2022年同期增加约1.62亿元到约2.82亿元，同比增加约34.65%到60.3%。公司称，业绩增长源于不断强化竞争优势，推动经营质效稳步提升。其中公司在家电业务、通用设备制造业上积极把握海运费下降、大宗材料价格下降等有利因素，通过抢抓订单、产品线协同、效率提升等措施，深入推进业务转型。

张剑锋认为，从家电巨头业绩表现来看，头部品牌进攻势头强劲，并逐步向品牌高端化、产品高端化的“两高”发展，产品的利润空间增加，企业的盈利能力有所提升。同时头部企业转型升级速度加快，光伏、汽车零部件等多元新兴的业务板块开始产生收益，对营收产生了一定贡献。另外，随着家电巨头在渠道等方面加速变革，在电商、直播等板块业绩也均出现大幅上涨。

他补充说，就市场格局而言，接下来大品牌将持续寻求更高质量发展，中小品牌尤其是腰部品牌可能会遇到更大的困难和挑战，需要不断适应市场变化和用户需求调整发展策略。

寻求再突破

家电巨头取得优异业绩的背后，也得益于行业发展持续向好。

奥维云网认为，我国家电市场所面临的外部环境已经回归正轨。预计2023年全年家电零售规模同比增长2.9个百分点，2024年家电行业全年零售规模或同比增长0.7个百分点。

在AI、物联网等新技术发展之下，2024年，家电产品将迎来技术革新的浪潮，语音控制、人脸识别等家电应用加速迭代。业内普遍认为，家电巨头纷纷在半导体、能源、汽车等新领域加速出击，在全球市场寻找并购机会。同时家电自主品牌出海规模增长将有望优于代工外销出海。

西南证券分析认为，2024年，家电行业仍将稳健发展，并在传统主业和市场稳中求进的过程中，在智能家居、汽车零部件等海内外市场多维度寻求新的突破口。

“在这场转型升级的产业机遇面前，头部企业牢牢抓住了市场主动权，并在国内外市场形成了品牌优势，成为家电先进制造和高质量发展的典型代表，这也是家电巨头综合竞争力提升的体现。”森科技创始人胡洪森对《证券日报》记者表示，家电巨头正在带动行业持续高端化、全球化、数字化。