

美的集团2023年归母净利同比增14% 海外市场布局取得积极成果

■本报记者 王镜茹

3月27日晚间,美的集团发布2023年年报。数据显示,2023年公司营业收入3737亿元,同比增长8%;实现归母净利润337亿元,同比增长14%。

业内认为,高端化、全球化、多元化是美的集团去年实现业绩增速高于行业水平的主要原因。公告显示,美的集团“COLMO+东芝”双高端品牌战略初显成效。历经五年发展,COLMO高端全屋智能解决方案全面覆盖智能家电与智能家居两大板块;东芝则秉承打造“高端家电第一匠心精工品牌”的定位,该品牌2023年国内市场零售额同比提升逾60%,并在“618”和“双11”期间,全网零售额同比

增长分别达到92%和40%。年报显示,2023年“COLMO+东芝”双高端品牌整体零售额同比增长超过20%。

目前,美的集团已形成了业态布局完整、地域覆盖广阔的渠道网络。公告显示,美的集团不断完善线下业态布局,形成综合家电卖场、自有专卖体系、传统零售商以及电商下沉加盟店的全球网络布局,覆盖从一线城市到乡镇的各级市场,还为企业客户提供专业场景化解决方案。

同时,美的集团还在拼多多、抖音、快手、小红书等新渠道加速发展,并结合会员服务、产品套系化与智能化驱动新的销售与用户增长。

除传统家电业务外,美的集团新兴业务增速较高。年报显示,2023年公

司机器人、自动化系统及其他制造业收入增速达24.49%。随着产品升级,美的集团去年整体制造业务的毛利率达28.37%,同比提高2.7个百分点。

此外,美的集团在海外市场的布局也取得积极成果。2023年美的集团面向当地一线市场持续前置海外业务组织,成立欧洲及中东非(EMEA)区域总部和美洲区域总部并已开始运作。同时,国际业务总部职能向卓越中心(CoE)转型,进一步支持海外市场团队的组织能力。

年报显示,美的集团海外市场收入1509亿元,同比增长5.79%。其中,在北美市场,美的集团变频窗机销售收入同比增长超120%,变频移动空调销售收入同比增长超140%,多门冰箱销售

收入同比增长超300%。

美的集团董事长兼总裁方洪波在今年美的经营管理年会上表示,2024年要推进业务模式升级、结构升级和产业升级,坚定向To B转型,加大To B业务投入,实现To C业务与To B业务的均衡发展,多元产业形成周期互补。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅对《证券日报》记者表示:“美的集团在2023年展现出强大的业务转型能力和盈利能力。通过高端化产品战略、快速扩张的To B业务,以及全球化的市场布局,不仅在国内市场保持了领先地位,在全球市场上也展现出强劲增长潜力。随着公司战略的深入实施和市场环境的不断优化,公司未来发展前景值得期待。”

供求关系变化 废铜价格上涨明显

■本报记者 黄群

随着近期全球铜价持续走高,其替代品废铜价格也一路上涨。

卓创资讯数据显示,3月18日,废铜价格创2023年以来新高。截至3月27日,全国光亮铜均价升至65875元/吨,较月初上涨2237元/吨,比2023年同期上涨3744元/吨,涨幅达6.7%。

废铜价格创新高,主要是供求关系发生了变化。华安证券金属新材料首席分析师许勇在接受《证券日报》记者采访时表示,从供给端来看,电解铜原料铜精矿供应紧张,替代品废铜价格上涨;从需求端来看,铜作为能源金属,受益于能源转型和新兴市场经济增长,其需求将持续增长。

资料显示,废铜是我国重要的铜元素补充,其上游是加工厂的废料和边角料,报废的电缆、电器等含铜物品,经过拆解等方式挑选出废铜。下游产业链一方面可作为电解铜原料进入冶炼端,另一方面其自身可以加工成铜材,再度进入家电、线缆等终端,形成良性循环。近几年来,随着新能源的快速发展,铜的需求量明显增长,废铜的回收再利用显得愈发重要。

电解铜与废铜之间存在的价差被业内称为精废价差,这一指标反映了废铜对于电解铜的替代强弱。如果市场上废铜供应紧张,精废价差就会缩小,反之则会拉大。一般而言,精废价差在1300元/吨-1400元/吨上方,废铜具有较强替代性。

卓创资讯铜行业分析师宋洪涛对《证券日报》记者表示,废铜的现状是供小于求,因此价格上涨过程中跟涨表现更为积极。

在铜价快速上涨的背景下,废铜作为铜的替代品,其价格自然也随之上涨。目前,精废价差已经突破了2000元/吨,废铜的替代优势显现。面对废铜价格上涨,产业链上市公司反应也各不相同。

废铜涨价将利好回收企业。某上市企业相关负责人对《证券日报》记者表示,公司目前年回购废铜(铜及其合金)1万多吨,废铜涨价将给公司带来更多收益。

“目前铜箔企业或多或少都会用到废铜,我们公司也是这样。虽然废铜杂质含量相对较高,但只要质量把控好,对产品品质没有影响。”某上市铜箔企业相关负责人对《证券日报》记者表示,从采购价格来看,目前公司订单较多,价格基本按月锁定,因此废铜价格上涨对公司有一定影响,但公司可以将部分成本上涨因素传导至下游企业。

中国银行研究院研究员叶丹认为,铜及废铜价格上涨使得依据订单量赚取加工费的铜加工企业压力倍增。一方面原材料价格快速上涨,资金成本显著增长;另一方面加工费持续低迷,部分企业经营甚至处于亏损状态。在产业链下游的用铜环节,多家企业积极应对铜价上涨带来的成本波动,通过套期保值、长单锁价、战略库存等方式,锁定成本实现收益。

中国中免去年净利增逾三成 拟大手笔分红金额超34亿元

■本报记者 贺玉娟

受益于消费环境复苏,中国中免交出亮眼成绩单。3月27日晚间,中国中免发布2023年年报,数据显示,2023年,公司实现营业收入675.40亿元,同比增长24.08%;实现利润总额86.46亿元,同比增长13.50%;实现归属于上市公司股东的净利润67.14亿元,同比增长33.46%。

对于经营业绩的大幅提升,中国中免表示,主要是因为公司紧抓消费复苏和出入境政策开放的机遇,着力激发消费活力,持续优化商品结构,有效提升运营效率,使公司主营业务明显回升,

盈利能力不断修复。

同时,由于销售收入同比增加,中国中免2023年账上现金流回正,达151.26亿元,去年同期则为-34.15亿元。

单季度来看,公司盈利能力逐步增强。年报显示,2023年第一季度至第四季度,公司分别实现营业收入207.7亿元、150.9亿元、149.8亿元、167.0亿元,对应的同比增幅分别为23.76%、38.83%、27.87%、10.85%;归母净利润则分别为23.01亿元、15.65亿元、13.41亿元、15.07亿元,对应的同比增幅分别为-10.25%、13.86%、94.22%、274.72%。

值得一提的是,虽然中国中免已发展成为世界上免税店类型最全、单一国

家零售网点最多的免税运营商,但其近六成的营业收入还是来自于海南地区。年报显示,2023年公司在海南地区的营业收入为396.5亿元,占总营收近六成。

而今年春节期间,海南离岛免税市场持续火热。据海口海关统计,2024年2月10日至17日(春节假期期间),海口海关共监管离岛免税销售金额24.89亿元,购物人数29.77万人次,人均消费8358元。

中国中免表示,伴随着相关政策逐步落实见效,旅游消费有望持续扩大。同时,在海南自由贸易港建设、粤港澳大湾区建设等重大国家战略深入推进

以及创新性免税政策落地实施的大背景下,国内免税行业和免税企业面临更多的发展机遇。

同日,中国中免还发布了2023年年度分红预案,拟向全体股东每10股派发现金红利16.5元(含税)。共计派发现金红利34.14亿元,占2023年归属于上市公司股东净利润的比重为50.85%。相较于2022年32.90%的现金分红比例,提升明显。

在国信证券看来,在2023年以来消费复苏以及央企市值管理、经营业绩考核强化的背景下,中国中免作为央企上市公司将会进一步主动求变,公司有望进一步提升经营管理和利润规模。



全球生物技术融资回暖 药明生物能否走出“至暗时刻”

■本报记者 张敏

3月26日晚间,CXO赛道龙头企业药明生物发布2023年年报。数据显示,去年,公司实现营收170.34亿元,同比增长11.6%;公司拥有专利纯利约34亿元,同比下降23.1%。这也是药明生物上市以来,首次出现年度纯利下滑。

在3月27日举行的业绩说明会上,就业绩波动、客户稳定性、新增订单获取、行业竞争以及发展趋势等热点话题,药明生物CEO陈智胜向《证券日报》等媒体进行了回应。

强调业务正常开展

从区域来看,药明生物将收入来源分为北美市场、欧洲市场、中国内地市场以及世界其他市场。2023年,药明生物北美市场实现营收约80.7亿元(人民币,下同),占公司总营收的47.4%;欧洲市场实现营收约51.4亿元,占比为30.2%;来自中国内地市场的营收约为31.2亿元,占比为18.3%。

陈智胜介绍,从增速来看,欧洲市场收入同比大增101.9%,是药明生物增速最快的市场。公司与大药企开展更深入的合作,预期欧洲市场未来将持续贡献优异业绩;北美市场整体收入出现5%的下滑;中国内地市场收入同比下滑16.1%。

近来,药明生物迎来“至暗时刻”。深陷美国《生物安全法案》影响之中的药明生物曾多次发布澄清公告,重申公司并不是药明康德的子公司,公司独立运营。作为全球生物药CRDMO平台,公司既没有人类基因组学业务,也未在其各类业务中收集人类基因组数据。此外,公司并未对美国或其他国家的国家安全构成风险。

不过,从二级市场来看,投资者并不“买单”。今年以来截至3月27日,药明生物总市值已经缩水超600亿港元。在此次业绩说明会上,“药明生物的业务是否受到了美国《生物安全法

2023年

药明生物北美市场实现营收约80.7亿元,占公司总营收的47.4%

欧洲市场实现营收约51.4亿元,占比为30.2%

来自中国内地市场的营收约为31.2亿元,占比为18.3%



案》的影响”“公司海外客户,尤其是北美市场客户的稳定性以及新增订单情况如何”等,成为媒体提问的焦点。

陈智胜表示,目前公司业务正常。截至2024年3月22日,公司今年已新增25个新项目,而在2023年一季度仅新增8个项目。“没有和我们合作过的企业,可能会因为一些大环境的不确定性有所担忧。但是和我们合作过的企业,都非常了解我们的服务能力和质量。”

此外,药明生物表示,将积极开拓海外市场。药明生物介绍,公司“跟随分子”项目进展顺利。数个潜在重磅项目正在顺利推进,将在2025年及之后贡献可观收入。公司将继续在德国、美国和新加坡扩建商业化生产产能,满足全球客户日益增长的需求。

行业回暖几何?

作为CXO赛道的龙头企业,药明

生物对行业的判断可谓是“风向标”。

基于外部环境的不确定性,药明生物在业绩说明会上称,预计2024年公司可实现5%至10%的收入增长。而在此之前,公司在进行2024年业绩展望时给出的指引是实现中双位数(约13%至17%)增长。

陈智胜在回答《证券日报》记者提问时表示,业绩展望是基于当前公司对各种因素审慎考量后做出的,“但我更想强调的是,相较于M(临床后期和商业化生产)端,目前我们在R(药物研发及发现)端和D(生物药开发)端的优势明显,在新开工的新加坡CRDMO中心也布局了研发能力,能够为客户提供稳定可靠的服务。”

当下,受全球生物医药融资波动、行业产能过剩等因素影响,CXO赛道竞争加剧、价格战引发市场关注。对此,陈智胜向《证券日报》记者介绍,药明生物在海外的服务价格金

额没有变化;在国内,公司做了一些小范围的调整,但是对整体合同影响并不大。

“国内是因为投融资放缓。与国内客户合作,最重要的是考虑市场环境,公司让出部分利润,使得客户能够把项目往前推进。”陈智胜如是表示。

CXO赛道何时回暖备受市场关注。融智投资高级研究员包金刚向《证券日报》记者表示,影响CXO行业发展的因素较多,中短期而言,行业回暖主要取决于一级市场生物医药投融资回暖等因素。

不过,陈智胜向记者表示:“全球生物技术融资自2023年第四季度开始复苏,该势头到今年一季度仍在持续。从目前来看,中国内地市场还滞后一点。中国内地市场表现较好的是ADC(抗体偶联药物)、自免(自身免疫性疾病)领域。”

供应链管理优化毛利率提升 都市丽人去年净利同比增29%

■本报记者 桂小笋

3月27日,都市丽人发布2023年年报,报告期内,公司实现营收27.6亿元,归属于母公司股东的净利润4248.3万元,同比增长29%。

“公司全面改革初见成效,盈利能力得以持续提升。”都市丽人有关人士告诉《证券日报》记者,公司在2023年新开门店超800家,同比增长71%,门店总数超过4300家。在门店的管理上,按照市场级别、渠道类型、商圈类型及店铺类型为门店标签身份并匹配不同商品,配合营销,以提升门店效益。

该人士对《证券日报》记者表示,去年,公司对战略定位进行变革之后,公司运营中的不同环节全面打通,进而推升了经营业绩。

在供应链提升上,都市丽人持续进行原材料创新,与知名材料商合作研发面料,开展材料推荐会、产品共创会联合创新,并联合材料供应商、成品工厂共同联合打造爆品;同时,公司优化供应商矩阵,加强供应商信息化建设,发展高性价比供应商;此外,都市丽人也持续推行集中采购及择时采购,错峰生产,增量降本,构建成本体系,工艺创新,驱动产品毛利合理提升。

“此外,2023年公司还推出优

化期货发货计划,即按不同省份温度带规划发货计划,根据历史销售及产品需求做发货计划,发货更精准;此外,B2B订补货平台功能升级,在原有基础上,进一步推进信息化建设,优化商品运营、补货、预售、直播等流程,更好地提升工作效率。”上述人士告诉记者,2023年公司供应链管理进一步优化提升,毛利率提升约1%。

除毛利率有所提升之外,都市丽人全面改革也在持续推进中。

都市丽人董事会主席兼CEO郑耀南在接受采访时介绍,都市丽人对战略定位进行变革之后,最关键的作用是从企业的供应链体系到研发体系、品牌体系全面打通,进而使产品力发生变革,最终赢得市场。

对于2024年的业务布局,都市丽人表示,在积极发展线上运营的同时,线下门店的拓展仍然受到重视,新开门店目标为1000家。

郑耀南介绍,都市丽人不仅看重县域市场,还加强了全国千强镇开店力度,对渠道、品牌、营销、产品进行系统性的矩阵组合。“都市丽人的门店有一大部分来自加盟商,对于这些线下门店的运营,公司有责任帮助大家利用更多工具提升业务。线下还有很大的市场机会,今年对线下的发展力度不会降低。”

紧抓汽车“新四化”发展机遇 香山股份2023年营收净利双增长

■本报记者 丁蓉

我国新能源车产业蓬勃发展,汽车电动化、网联化、智能化、共享化“新四化”趋势对产业链企业提出新的要求,同时也带来新的机遇。多家上市公司的智能座舱、智能全景天幕玻璃等高附加值汽车零部件销售增长,香山股份也是其中之一。

3月27日晚间,香山股份披露的年报显示,公司2023年实现营业收入57.88亿元,同比增长20.16%;实现归母净利润1.61亿元,同比增长86.86%。公司汽车智能座舱部件毛利率为23.69%,同比增长0.61%;新能源汽车配件、充电设备等业务毛利率为21.58%,同比增长1.40%。

香山股份表示:“公司2023年的业绩较上年有显著增长,一是公司生产的智能化部件、高端表面饰件产品需求旺盛,公司的电动隐藏风口、光电结合触控表面等创新产品受到市场头部客户的高度认可,单车价值量持续增长,带动汽车业务增收增利;二是公司智能座舱部件和新能源充电产品在造车新势力和民族品牌的渗透率进一步提升;三是公司汽

车板块海外业务订单饱满。”

香山股份收购的均胜群英已经成为公司最核心的业务资产。年报显示,2023年均胜群英实现销售收入51.15亿元,同比增长24.86%;实现扣非净利润3.98亿元,同比增长37.08%。2021年至2023年,均胜群英合计实现扣非净利润9.37亿元,超额完成业绩承诺。

深度科技研究院院长张孝荣在接受《证券日报》记者采访时表示:“汽车‘新四化’趋势之下,汽车零部件不再仅仅是传统机械部件,而是电子、通信等新技术的集成,这对于我国供应链企业来说是一次难得的机遇。相关企业应当通过研发创新,提升高附加值产品占比,提高企业盈利能力和市场竞争力,在全球市场中占据更有利的地位。”

对于2024年的经营计划,香山股份在年报中提出,在汽车“新四化”的推动下,主机厂也在寻求更新颖和创新的产品。公司将继续夯实在智能座舱部件和新能源充电领域的技术优势,同时积极探索新产品和新技术的运用。此外,公司将发挥全球布局优势,深化全球客户合作。