

销售遇冷盈利能力下滑 跨国车企上半年业绩普遍承压

■本报记者 刘 钊 实习生 李枋宸

近日,多家跨国车企陆续公布今年上半年经营情况。《证券日报》记者梳理发现,对比去年同期数据,保时捷、阿斯顿·马丁、宝马、日产等知名车企上半年销量均呈现不同程度的下滑。

乘联会秘书长崔东树在接受《证券日报》记者采访时表示:“当前,汽车市场供给充足,在全球经济放缓的大环境下,单车销售价格下滑和促销力度加大对跨国车企盈利造成一定压力。此外,2023年上半年汽车市场整体盈利水平高于其他年份,也是造成2024年跨国车企盈利出现同比下滑的一大原因。”

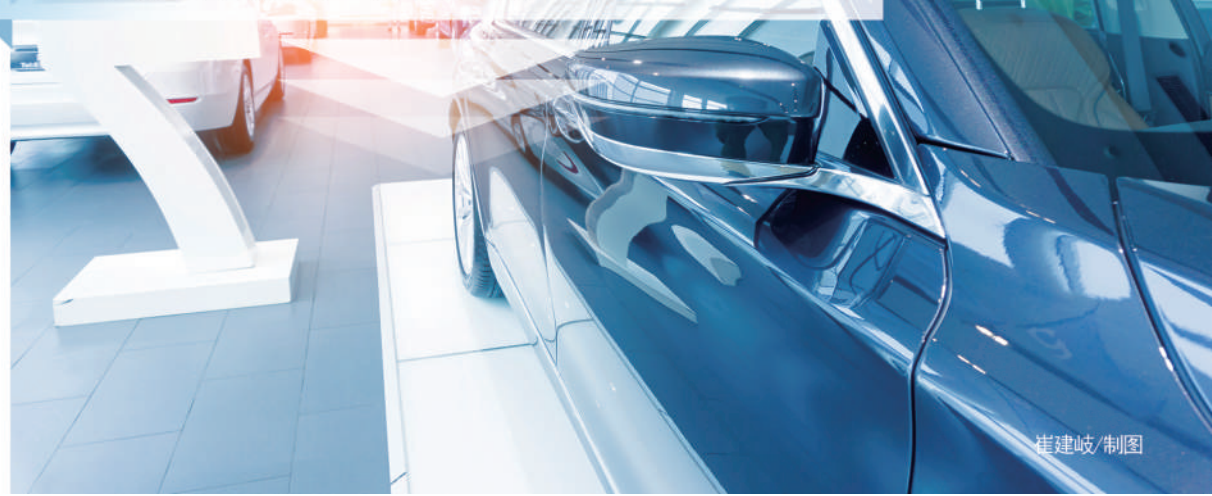
多家车企销量下滑

从具体数据来看,德国车企三巨头上半年销量均出现同比下滑。其中,宝马集团全球共交付121.34万辆新车,同比下降0.1%。大众汽车集团核心品牌和奥迪拖累了业绩,奥迪今年上半年仅售出83.3万辆汽车,比去年同期下降8.2%。梅赛德斯集团的梅赛德斯—奔驰汽车部门交付了近96万辆汽车,同比下降6%。从日本头部4家车企来看,仅马自达上半年实现了销量同比增长,丰田、本田和日产均同比下滑,其中本田销量同比下滑幅度超过20%。

销量的下滑直接反映在业绩上。保时捷上半年在全球共交付15.59万辆汽车,同比下滑6.8%;上半年公司实现营业收入194.6亿欧元,同比下滑4.8%;营业利润为30.6亿欧元,同比下滑20.5%,阿斯顿·马丁上半年总销售量为1998辆,同比减少32%;营收为6.03亿英镑,同比减少11%;经调整的息税前利润及摊销前利润为6220万英镑,同比减少23%。

除了传统燃油车品牌整体经营承压,新能源汽车品牌特斯拉也表现堪忧。今年上半年,特斯拉全球交付同比下滑6.6%至83.77万辆。

德国车企三巨头上半年销量均出现同比下滑;从日本头部4家车企来看,仅马自达上半年实现销量同比增长,丰田、本田和日产均同比下滑



崔建岐/制图

在中国新能源车企崛起和中国汽车行业内卷的背景下,原先风光一时的跨国车企在华业绩也呈现下滑趋势。

具体来看,宝马集团的宝马品牌上半年共计交付109.65万辆,同比增长2.3%,其在中国销量却同比下滑4.2%至37.59万辆。上半年保时捷在华交付量为2.96万辆,同比下降33%,远超全球市场平均降幅。此外,上半年日产汽车累计销量为33.9万辆,还未达到去年全年的一半,其中,日产中国已连续五年销量同比下滑。

受访人士对《证券日报》记者表示,当前在行业竞争加剧的背景下,跨国车企在华出现销量下滑有多方面的原因。一是中国汽车市场竞争激烈,跨国车企被迫加入价格战。二是中国新能源汽车市场渗透率已超50%,而在电动化领域,跨国车企的投入及研发明显滞后。三是新兴品牌抢占市场份额,跨国车企的品牌效

应逐渐衰弱。

放缓电动化步伐

由于目前跨国车企在新能源车型的科研投入上得不到回报,不少跨国车企宣布将推迟新款电动汽车的发布计划并且公布未来的企业发展战略。

保时捷、福特汽车、通用汽车正在放缓电动车生产计划。由于插电式电动汽车在欧洲等市场的销售势头低于预期,保时捷相关负责人表示,将放弃在主要车型细分市场保留燃油和电动车双线布局。

福特汽车表示,公司此前制定的欧洲电动汽车发展目标过于激进,将放弃在2030年前实现欧洲车型全面电动化的目标。福特Model e电气化部门首席运营官马林·贾亚表示,消费者对于电动汽车的需求并没有达到

预期,因此福特将重新评估其在欧洲的电动汽车战略。

通用汽车表示,将原计划今年推出的别克品牌首款电动汽车延迟发布,并将密歇根州电动卡车工厂的投产时间推迟到2026年中期。通用汽车首席执行官玛丽·博拉认为,由于电动汽车需求放缓,公司将无法实现到2025年底生产100万辆电动汽车的目标,未来电动汽车计划将根据需求灵活调整。

此外,奥迪也宣布将在未来几年扩展并升级混合动力产品线。同时,在主要车型细分市场保留燃油和电动车双线布局。

中欧协会智能网联汽车秘书长林示对《证券日报》记者表示:“跨国车企仿佛陷入战略的迷茫期。一方面不甘落后于新能源发展潮流,想在新能源汽车时代继续保持领先地位;另一方面,利润低于预期以及不同市场环境对于新能源车的需求有所不同,让跨国车企难以抉择。”

联影医疗拟1.2亿元投资玖谊源 取得其增资后10%股权

■本报记者 孙文青

7月25日晚间,联影医疗公告称,公司拟以自有资金投资四川玖谊源粒子科技有限公司(以下简称“玖谊源”),取得其增资后10%的股权,交易价格为1.2亿元。公告显示,玖谊源是国内为数不多的回旋加速器生产企业之一,主要产品包括不同能级的加速器,是核医学诊疗必备核心设备之一。

联影医疗称,此次投资将进一步促进双方在分子影像国内及海外的合作。同时,公司持股5%以上股东上海联和因看好玖谊源的未来发展前景,也决定以同等价格共同参与本轮融资。

标的公司承诺业绩

联影医疗在公告中表示,一直以来,我国医用回旋加速器依赖进口,设备价格偏高。目前,玖谊源已研发出我国首台国产化医用回旋加速器并推向

市场,打破了国内市场长期被国外产品垄断的局面。

据公开披露的财务数据,玖谊源2023年经审计营业收入为4683.37万元,净利润为-995.50万元;2024年半年度未经审计的营业收入为47.06万元,净利润为-1339.62万元。截至2024年6月30日,玖谊源资产总额2.49亿元,所有者权益9536.39万元。

公告显示,玖谊源上一轮融资发生在2022年1月份,投前估值4.5亿元,融资金额1.34亿元,投后估值5.84亿元。联影医疗参与的此轮融资前,玖谊源估值已达10亿元。

联影医疗称,该估值在参考上轮融资的基础上,结合玖谊源融资至今的最新经营情况,以及玖谊源作为为数不多的回旋加速器生产商的标的稀缺性、行业基础装备保有量仍然不足、标的公司未来规划、与公司的业务协同性等情况,通过市场化交易原则协商谈判确定。

据知情人士透露,联影医疗此次投

资历时一年多时间,考虑到此次估值溢价,玖谊源、创始人及创始股东共同且连带地向包括联影医疗在内的新一轮投资人承诺:2023年度玖谊源合并口径营业收入不低于8000万元或2023年度(含)至2025年度(含)合并口径累计营业收入达2.5亿元,同时,2024年度玖谊源20MeV医用回旋加速器产品至少取得3个销售订单。若承诺方无法完成前述条件且无法在规定时间内补足差额,此轮投资人有权要求玖谊源以现金方式赎回此轮投资人持有的玖谊源股权。

加快全球化发展步伐

玖谊源已经是联影医疗上市后与上海联和共同投资的第二家企业。早在2023年6月20日,联影医疗曾通过公开摘牌方式取得艾普强4.69%股权。后者的质子治疗系统是首台获准上市的国产质子治疗系统,有助于拓展

联影医疗在放疗领域的布局。

联影医疗表示,未来公司将结合行业主要发展趋势、主要市场区域特点,以及公司发展现状、业务发展需要,坚持“技术优先,协同创新,生态共赢”的原则,在全球范围内探索、研究、挖掘、跟踪相关标的,以获取先进的技术、市场、渠道等资源,并通过全球化的资源分配和优化,加快公司的全球化发展步伐,提升并巩固公司的全球化竞争力。

联影医疗方面对《证券日报》记者表示:“近年来,越来越多的中国本土企业拥有了源头创新的能力,包括分子影像、磁共振、CT等大型国产医疗装备,已经实现了核心部件、核心技术,甚至医疗芯片的自主研发。”

高禾投资管理合伙人刘盛宇对《证券日报》记者表示:“国内医疗装备企业近年来一直是投资的热点也是重点,这背后既得益于国家层面不断出台的利好政策,与此同时,国内医疗设备企业的源头创新能力也在不断提升。”

月内666家上市公司获机构调研 电子类公司受关注

■本报记者 肖艳青

进入7月份,A股上市公司上半年业绩预告陆续披露,业绩预告公司备受机构青睐。

Wind数据显示,截至记者发稿,7月份以来,已有666家上市公司获机构调研,分行业来看,共有82家电子元件以及电子设备和器件类上市公司获机构调研,最受机构青睐;66家工业机械类上市公司被调研,40家电气部件及设备公司获调研,36家半导体设备及产品类上市公司获调研。

清晖智库创始人宋清辉对《证券日报》记者表示,电子、半导体行业上市公司备受机构青睐,一方面与这两大行业上市公司中报业绩预喜,以及行业景气度较高有关,另一方面与行业发展前景向好等因素有关。近年来,在国家政策大力支持、技术创新以及市场需求增长等有利因素的推动之下,电子元件以及半导体行业的发展势头迅猛,与此同时,行业生产效率 and 性能也在不断提高。

从个股方面看,在接受调研的666家上市公司中,有29家上市公司被上百家机构调研,其中半导体类上市公司4家,电子类上市公司7家。澜起科

技获402家机构调研,位居榜首;水晶光电获364家机构调研,排在第二位。

据《证券日报》记者不完全统计,在上述29家被上百家机构调研的上市公司中,有15家已披露半年度业绩预告,12家预喜,其中有9家属于电子半导体行业。

其中,澜起科技预计上半年实现归属于母公司所有者的净利润5.83亿元至6.23亿元,同比增长612.73%至661.59%。公司表示,今年以来,一方面,公司内存接口及模组配套芯片需求实现恢复性增长;另一方面,公司部分AI“运力”芯片新产品开始规模出货,为公司贡献新的业绩增长点。

水晶光电预计今年上半年实现归属于上市公司股东的净利润4亿元至4.5亿元,同比增长125.45%至153.64%。公司表示,上半年公司抓住全球消费电子行业逐步回暖并在AI大模型驱动下向高端化转型的机遇,提升产品竞争力和盈利空间,同时降本增效成效显著。

香颂资本执行董事沈萌向《证券日报》记者表示,中国经济面临的产业转型升级,最重要的一点是数字化和网络化,这都具有庞大的电子元器件需求。

红旗连锁上半年营收净利双增长 加速线上线下业务融合发展

■本报记者 舒娅疆

7月25日晚间,红旗连锁披露2024年半年报。公司在今年上半年实现营业收入51.86亿元,同比增长3.67%;归属于上市公司股东的净利润2.67亿元,同比增长3.81%。据悉,公司把调整门店商品结构、提升装修档次、调整店型作为年度经营重点,持续推进旧店升级改造和新开门店等工作。截至2024年6月30日,红旗连锁的门店数量达到3655家。

在推进门店升级改造及扩张的同时,红旗连锁持续加强与线上平台的合作。半年报显示,2024年上半年,公司通过线上引流客户535万人次到店,线上销售金额近5亿元。

从行业来看,伴随着我国零售超市行业市场规模不断扩大,市场竞争不断加剧,企业面临着诸多挑战,业绩呈现分化态势。

盘古智库高级研究员江瀚对《证券日报》记者表示,随着消费者购物习惯的变化,线上购物平台不断崛起,传统的线下零售超市受到一定的冲击,零售超市的竞争体现在价格和商品、品质、创新等多个方面,在消费者需求日趋多样化的背景下,零售超市行业也在不断探索新的销售模式和经营模式。打造特色商品和服务,通过差异化经营来吸引消费者,成为

一些企业的竞争突围之道。

半年报显示,红旗连锁紧紧围绕“便利”二字,主要满足消费者即时性消费,其门店选址布局时充分考虑到消费者的便利性和常规性需求,同时,公司有完整的供应链及配送体系,从商品品类到消费方式均与社区团购“有明显区别”。

“从未来趋势来看,超市行业的线上、线下融合将会加速,社区化、便利化趋势进一步凸显,企业的品质化、差异化竞争将成为关键。”传播星球App的一位分析人士对《证券日报》记者表示,目前,红旗连锁在行业内已具有一定的竞争优势,其门店数量众多、布局广泛,为消费者提供了便捷的购物体验。与此同时,公司也面临着竞争加剧和来自成本控制、供应链管理等方面的挑战,公司需要继续加强线上线下融合,提升便民服务水平,以应对市场和消费者需求的变化。此外,还可以考虑通过并购、重组等方式,实现规模扩张和资源整合,进一步提升市场竞争力。

红旗连锁表示,近年来,随着成都及周边城市的不断发展,消费需求旺盛,公司将受益于地方经济快速发展、消费升级带来的巨大机遇。面对市场变化,公司将在便利店基础上,持续因地制宜叠加亮点,满足不同消费者的需求。

积极布局海外市场 飞龙股份上半年净利增近30%

■本报记者 肖艳青

7月25日晚间,飞龙股份披露2024年半年报,今年1月份至6月份,公司实现营业收入23.67亿元,同比增长21%,归属于上市公司股东的净利润1.84亿元,同比增长29.24%。

飞龙股份表示,2024年上半年,在原材料价格上涨、海运费不断攀升等不利因素下,公司利用自身品牌优势,持续深耕主营业务,坚持科技创新,积极拓展海内外市场,主营业务保持稳健、良好的发展态势。

飞龙股份是汽车水泵行业龙头,以机械水泵、排气歧管和涡轮增压器壳体三大传统业务为基础,积极拓展民用领域。公司所处行业属于汽车零部件制造业,与下游汽车行业发展状况息息相关。

中国汽车工业协会发布的数据显示,今年上半年,汽车产销分别完成1389.1万辆和1404.7万辆,同比分别增长4.9%和6.1%。其中,新能源汽车产销分别完成492.9万辆和494.4万辆,同比分别增长30.1%和32%。

香颂资本执行董事沈萌对《证券日报》记者表示:“汽车是当前重要的产业载体,因此对于整个产业链的供应商都存在有力的成长支撑。”

据悉,公司产品销售覆盖全国市场,并出口美洲、欧洲、东南亚等地区。目前主要客户有190多家,服务全球近300个工厂和基地。目前已建立联系、定点及批量供货的新能源客户

有理想、蔚来、奇瑞、零跑等120余家。

飞龙股份还积极布局国际市场,海外业务成为公司快速发展的重要推力。数据显示,飞龙股份今年上半年海外销售收入为13.94亿元,同比增长32.22%。

飞龙股份相关负责人对《证券日报》记者表示:“公司在海外布局已有二十余年的历史,为拓展海外业务在新加坡成立了商贸公司,还在泰国投资建设了生产工厂。”

此外,飞龙股份子公司龙泰汽车零部件(泰国)有限公司目前正在建设中,预计2025年9月份竣工投产。项目前期以发动机热管理部件产品加工和新能源热管理部件产品生产为主,后期主要为发动机热管理部件产品的铸造建设。

未来,飞龙股份以电子水泵系列和温控阀系列产品为主攻方向,拓展电磁阀、热管理集成模块等产品。应用范围也将由汽车扩展至充电桩液冷、5G基站、通信设备、服务器液冷、IDC液冷、人工智能液冷、氢能液冷;风能太阳能储能液冷;现代化农业器械、大型机械装备工业液冷等热管理相关领域。该领域将成为公司转型升级的重要市场。

天风证券研报分析认为,预计2029年全球新能源汽车水泵市场规模将达到40.9亿美元。飞龙股份电子水泵量价齐升,持续拓展热管理模块和民用领域新业务,“出海”进程加速,业绩有望迎来重要拐点。

今年继左卡尼汀原料药后,维生素C原料药再获CEP证书

东北制药积极拓展国际高端市场 加快释放发展新动能

近日,东北制药维生素C原料药收到欧洲药品质量管理局签发的原料药欧洲药典适用性证书(简称“CEP证书”),意味着该原料药产品质量获得国际高端市场认可,被允许在欧盟高端医药市场进行销售。

东北制药成为国内维生素C原料药生产企业中第三家获得CEP证书的企业,这也是东北制药继吡拉西坦、左卡尼汀之后公司第三个获得CEP证书的原料药产品,为东北制药进一步拓展国际高端市场提供了竞争新优势。

在拓展国际市场过程中,获得国际权威高端认证意义重大。以CEP证书为例,CEP是欧盟对药品质量体

系的认证,是药品进入欧盟市场的通行证,不仅被所有欧盟成员国承认,也被澳大利亚、加拿大等其他签订了双边协定的国家认可。

此次东北制药获CEP证书的原料药维生素C,用于预防和治疗坏血病以及各种急、慢性传染病或其他疾病以增强机体抵抗力,病后恢复期、创伤愈合期及过敏性疾病的辅助治疗。

东北制药是国内大型维生素C原料药生产企业,拥有全球较大的单条万吨级维生素C生产线,年产量和年出货量均位居全球前列。此次通过CEP认证,标志着东北制药维生素C原料药在质量、安全性和有效性等

方面均达到欧盟药品标准,这不仅是对东北制药产品质量的有力证明,更是对其工艺研发实力、生产管理水平、国际市场竞争力的全面肯定,为公司进一步拓展国际市场带来积极影响。

据介绍,东北制药作为国内大型原料药生产企业,在国际市场方面一直具有明显优势。公司是全球领先的吡拉西坦、盐酸小檗碱原料药生产商,是全球维生素C、左旋肉碱系列、磷霉素系列、氯霉素、硫糖铝等产品主要供应商。

东北制药原料销售公司总经理李立介绍,早在2006年,东北制药就成为国内吡拉西坦原料药生产企业

中率先获得欧洲CEP证书的企业。今年1月份,公司左卡尼汀原料药也获CEP认证,此次维生素C原料药再次获得CEP认证,标志着东北制药在国际高端市场的谋篇布局又迈出了坚实步伐。

李立介绍,目前,公司维生素C及系列、左卡尼汀(左旋肉碱)及系列、磷霉素系列、盐酸小檗碱、吡拉西坦等主要原料药已远销全球100多个国家和地区。东北制药将继续积极推进公司原料药产品的国际注册及高端认证,加大国际市场拓展力度,深化国际高端市场布局,加快释放高质量发展新动能。

(CIS)