

## 五粮液上半年净利润同比增长11.86% 经营活动现金流量净额逾134亿元

■本报记者 谢岚  
见习记者 梁傲男

五粮液2024年半年报显示，报告期内，五粮液实现营收506.48亿元，同比增长11.30%；实现归属于上市公司股东的净利润190.57亿元，同比增长11.86%；实现基本每股收益4.91元。

《证券日报》记者翻阅五粮液过往财报注意到，公司不仅连续多年实现营收和净利润双增长，即便在2020年以来的行业调整期，也仍保持了年均营收逾10%的增长率。

知趣咨询总经理蔡学飞表示，从半年报来看，上半年五粮液增长质量高，盈利能力持续增强，抗风险能力也得到了进一步提升。

从产品端来看，五粮液高端产品今年上半年实现营收392.05亿元，同比增长11.45%；其他酒产品实现营收79.06亿元，同比增长17.77%。同时，财报显示，上半年五粮液专卖店总数达1749家，半年新增87家。

在业内人士看来，当前环境下，五粮液专卖店数量进一步增加，体现了市场对五粮液品牌力和渠道力

的肯定。

半年报显示，报告期五粮液经营活动产生的现金流量净额达134.28亿元，较上年同期的113.30亿元增长18.52%。其中，今年第二季度经营活动产生的现金流量为129.12亿元，创下五粮液上市以来同期经营活动产生的现金流量净额最高。

事实上，通过企业经营活动现金流量净额可以看出酒企的经营状况。据记者统计，截至8月28日，A股16家白酒上市公司发布了半年报，五粮液则位列经营活动现金流量净

额排名第二。

“五粮液经营活动现金流量净额大幅增长，说明企业整体运营质量不断提升，企业具有很强的竞争活力，而且市场表现活跃，处于扩张态势。”蔡学飞表示。

除了五粮液经营活动现金流量净额大幅增长外，其合同负债在今年上半年也表现不错。根据公司半年报，截至6月30日，五粮液合同负债达到81.57亿元，同比增加45亿元。

在业内人士看来，通过合同负债的变化可以看出经销商的打款意愿是否强烈，在当下市场环境下，五

粮液合同负债的增加，体现了商家对五粮液的坚定信心。

蔡学飞表示，随着下半年社会面的改善，酿酒行业整体筑底企稳，以及白酒消费进入旺季，五粮液等头部名酒依然有着极强的竞争优势，未来业绩持续增长具有确定性。

白酒行业分析师、武汉京魁科技有限公司董事长肖青对记者表示：“通过市场调研发现，五粮液市场成交价企稳，代表着渠道经销商和终端烟酒店心态企稳，未来伴随中秋和春节白酒消费旺季到来，五粮液等名酒将迎来一波好行情。”

## 动力电池技术创新“竞速” 鹏辉能源发布第一代全固态电池

■本报记者 丁蓉

8月28日下午，备受业界关注的鹏辉能源举行了2024年产品及技术发布会，鹏辉能源的全固态电池正式揭开面纱。在发布会上，鹏辉能源发布了第一代全固态电池20Ah和2000mAh这两款软包全固态电池，并现场展示了20Ah全固态电池实物。

科方得智库研究负责人张新原在接受《证券日报》记者采访时表示：“固态电池具有更高的安全性、能量密度和充电速度等优势，被视为动力电池的重要发展方向之一，应用前景广阔。”

此次发布会上，鹏辉能源表示公司自研的高离子电导率、高稳定性、低成本的氧化物复合固态电解质，实现了固态电池在工艺创新方面和材料创新方面的双向突破，解决了氧化物固态电解质工艺的技术难题。

在工艺创新方面，鹏辉能源自主研发了独特的电解质湿法涂布工艺。采用此工艺的固态电池，整体成本相较常规锂电成本预计仅高出15%左右。鹏辉能源方面相关负责人介绍，未来3年至5年内，随着工艺的不断优化及材料成本的进一步下降，其固态电池的成本有望与常规锂电池持平，为公司固态电池的产业化奠定坚实基础。

在材料创新方面，鹏辉能源的固态电池采用了自主研发的无机复合固态电解质层。除了氧化物电解质之外，这一电解质层还结合了新型无机复合粘结剂和功能添加剂等关键材料。这项创新有效改善了陶瓷在弯折时易碎的特性，增强了电解质层的粘附性和塑性，大幅减少了固态电池内部短路的概率。同时，它还有效提升了无机复合电解质层的离子电导率，降低了电芯的内阻，进一步提高了固态电池的散热能力和安全性。

从全球固态电池研发进程来看，目前日本全固态电池研发较为领先，我国已有多家企业参与固态电池技术创新“竞速”。除了鹏辉能源外，广汽集团、璞泰来、宁德时代等多家企业在固态电池方面正不断取得新进展。

中信证券研报表示，固态电池因高安全性和高能量密度，有望开启新一轮电动化创新周期。2024年以来，我国固态电池行业出现半固态量产车型上市，半固态电池装车渗透率达1%等边际变化，产业化信号已至。2030年，全球固态电池市场空间有望达1.2万亿元。

## 中国车企竞相布局全球化 着力打造“看家产品”

■本报记者 龚梦泽

8月27日，中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会发布数据显示，7月份全国乘用车市场零售172万辆；今年以来累计零售1155.7万辆，同比增长2.4%。另一份中汽协的数据显示，2024年前7个月，中国品牌乘用车共销售874.2万辆，同比增长21.6%，占乘用车销售总量的62.6%。

这意味着，自主品牌发展保持强势成了今年车市的主旋律。而在此基础上，进入8月份，自主品牌不仅持续发力销售，还积极推动品牌向上。

### 纷纷发力品牌向上

8月20日，2024腾势汽车科技日暨腾势Z9CT预售在深圳举行，腾势汽车发布全新专属技术“易三方”，并发布腾势Z9CT全球首搭。紧接着，8月21日，视线聚焦保定与合肥——长城首款NOA智能六座旗舰SUV——魏牌全新蓝山发布。时隔六年，长城汽

车董事长魏建军再次亮相新车发布会上，为全新蓝山上市站台，显示了其重要性。

而作为奇瑞高端品牌，新推出Pro版的星途星纪元ES承担着品牌向上的使命。奇瑞控股集团党委书记、董事长尹同跃表示：“在全球范围内打造一批具有辨识度的豪华品牌是迈向汽车强国的必经之路，星纪元要成为奇瑞的‘奥迪’、奇瑞的‘雷克萨斯’。”

8月26日，随着岚图知音、岚图知音全球版缓缓驶出位于湖北武汉的东风云峰工厂总装线，岚图品牌迎来首款全球车型的正式下线。据悉，此次下线的岚图知音全球版、岚图知音将同步发往欧洲和成都，并在后续开启万里长测计划。

对此，东风公司党委常委、副总经理、岚图汽车董事长尤峥在接受《证券日报》记者采访时表示，岚图知音双车的下线，进一步丰富了东风新能源汽车的产品矩阵，标志着东风在实现品牌向上、加快全球化发展的道

路上，又迈出了坚实一步。

最新数据显示，今年7月份，岚图交付新车6015辆，同比增长76%，实现月销量“三连涨”。前7个月，公司累计交付新车3.64万辆，同比增长97%。

### 竞相布局“看家产品”

当下，国内自主品牌竞相布局“看家产品”。其中，阿维塔07以其“增程+纯电”的动力组合和精致的内饰设计，有意在中型SUV阵营中掀起新一轮竞争。

而作为极氪品牌的首款中型SUV，极氪7X采用800V高压平台，提供单电机和四驱版本，拥有强大的动力表现。

据悉，岚图知音是诞生于新一代自研纯电平台的首款车型，自设计伊始就面向全球用户开发。具体来看，依托自主研发的全新纯电平台，岚图知音打造出知音硬核三电技术，搭载的岚海动力-BEV系统，

核心电驱总成在CLTC工况下的效率高达92.5%。

同时，岚图知音还遵循“中欧五星”安全标准设计，通过C-NCAP与E-NCAP双重认证，力图以技术立身，以体系化凸显竞争优势。在动力电池方面，岚图知音搭载全新一代琥珀2.0电池，电池包拥有行业最高能量密度，配合行业效率第一的电驱总成、800V碳化硅电控、5C峰值充电倍率等技术加持，为用户带来超900km的续航空间。

岚图汽车CEO卢放表示，从成立之初，岚图就将核心技术全栈自主研发作为始终坚持的战略方向，如自主研发了国内首个ESSA原生智能电动架构，基于这一架构，针对轿车、SUV、MPV、跨界等车型开发，零部件通用化率可达85%，显著提高了开发效率。

### 岚图发布全新“出海”战略

岚图汽车方面负责人告诉记者，

岚图刚“出海”就进入欧洲，有着自己的考量。“作为品牌旗下的第四款全新车型，新车以知音为名，集团希望其生而全球，承担起拓展海外市场的发展重任。知音全球版下线后，即刻踏上了欧洲之旅。”

资料显示，2022年，岚图选择挪威作为“出海”的首站。之后，岚图从欧洲的北部逐步向南推进，进入芬兰、丹麦、荷兰、保加利亚、捷克、意大利等国。今年4月份，岚图汽车在意大利举行品牌发布会，成为中国首个进入意大利市场的高端新能源汽车品牌；同年4月份的北京车展上，岚图汽车正式发布全新“出海”战略——到2030年，将布局世界六大洲，进入全球60国，累计建成500家销售服务网点，海外销量累计突破50万辆。

谈及“出海”，卢放认为，在合作共赢的时代，车企必须发挥产业链优势，抱团“出海”，而不是走低价竞争的老路，公司要在渠道、服务、生态等方面与全球优秀伙伴共建可持续的多赢生态。

## 以岭药业：以创新为翼 着力培育中药产业新质生产力

在科技创新成为全球竞争焦点的今天，中国创新中药领域的头部企业——以岭药业，正以其卓越的科研实力与不懈的创新精神，引领着中药行业迈向新质生产力的高地。

8月27日晚，以岭药业(股票代码:002603)发布了2024年上半年业绩报告。报告期内，公司实现营业收入约46.04亿元；归属于上市公司股东的净利润约5.30亿元。在研发投入方面，公司保持了持续增长态势。报告期内，公司研发投入4.11亿元，占营业收入比重为8.92%。

### 研发投入持续增长 构建新质生产力

科技创新作为世界百年未有之大变局中的关键变量，走好了科技创新这步“先手棋”，就能占领先机、赢得优势。作为中国创新中药领域头部企业，以岭药业始终以创新作为第一驱动力。

数据显示，以岭药业在研发投入方面保持增长态势，2019年—2022年的研发投入分别为5.2亿元、7.4亿元、8.37亿元和8.95亿元。2023年，以岭药业在研发方面加大投入至9.35亿元，占公司总收入比例超过9%，处于同行业领先水平。今年上半年，以岭药业继续加大研发投入4.11亿元。

科研投入的持续加码，推动以岭药业取得一个又一个创新成果——“中医络病学说构建推动微血管病变防治”入选新时代中医药标志性科技成果(2012-2022)，名列第一类别“中医络病学说新学科形成”的首位；“通心络治疗急性心梗循证研究论文在世界知名医学期刊《美国医学杂志》发表；芪苈强心胶囊对慢性心衰复合终点事件的评估研究成果刊登在《自然医学》；“参松养心对经导管消融房颤患者预后临床研究”成果登上国际心血管病领域知名期刊《欧洲心脏杂志》；“津力达对糖耐量异常合并多代谢紊乱人群的糖尿病预防效果”的研究刊登在《美国医学杂志·内科学》……

这些成就的背后，都映射出一个词——“新质生产力”。新质生产力有别于传统生产力，涉及领域新、技术含量高，是创新驱动发挥主导作用的生产力。

新质生产力中的“新”是指创新。创新在新质生产力中起主导作用。在创新方面，以岭药业不断夯实研发和创新管理体系，研发机构和平台、人才培养与团队建设、产学研协同创新、创新投入等，将中医药与现代科技相结合，使中医药防病治病的独特优势焕发新光彩，成为新时期传承创新中医药事业的典范。在创新驱动引领下，以岭药业培育壮大新质生产力，

发力新赛道，构筑新优势，激荡起砥砺前行的发展新动能。

新质生产力，“新”在理论原创。以岭药业作为国家创新型企业，首次系统构建了络病理论体系，是近百年来中医理论的重大创新，也是络病发展史上的第四个里程碑。《络病学》《络论》《气络论》相继出版，这三大专著均获得中华中医药学会学术著作奖一等奖。其中，《络病学》成为全国中医药高等教育“十三五”创新教材，在国内外40余家高等医学院校开课。2023年5月份，“中医络病学”成为国家中医药管理局高水平中医药重点学科建设项目。

以络病理论创新转化为主要研究对象的中华中医药学会络病分会、世界中医药学会联合会络病专业委员会、中国中西医结合学会血管-络病专业委员会等学术平台相继建立。自2005年首届国际络病学大会举办以来，至今已举办二十届，打造了一个国际交流的平台，在行业内外掀起了学习络病理论，传承络病理论，应用络病理论的潮流。

新质生产力，“新”在科技创新。以岭药业参与组建络病理论创新转化全国重点实验室、国家中医药管理局重点研究室(心脑血管络病)等国家级中医药高水平科研平台，获得国内外专利860余项。

据半年报显示，以岭药业先后承担和完成了两项“973”计划、“863”计划、国家自然科学基金、国家“十五”攻关、“十一五”支撑、“十二五”重大新药创制、国家重点研发计划等多项国家级、省部级科研项目，荣获六项国家重大科技成果大奖，何梁何利奖及一批省部级奖励，取得国内外药品发明专利475项。其中“中医络病学说构建及其指导微血管病变防治”荣获2019年度国家科技进步一等奖。

### 科技创新与商业模式双轮驱动 打造中国式现代化中医药以岭篇章

科技创新的目的最后还是要向市场和产业服务，只有强大的商业化运营能力才能实现公司的长期高质量发展。创新能力，不仅体现在技术研发实力，也体现在公司商业模式的升级迭代。

为了更好地将新技术、新理论落地，以岭药业创立“理论+临床+实验+新药+循证”一体化的中医药学术创新与转化新模式，以络病理论指导临床组方和实践，利用现代医学研究技术和现代科技完成实验研究和新药转化，新药上市后再通过循证医学研究进一步证实并用真实的数据来论证药物的有效性和安全性，让

中医药创新理论的科学价值得到临床试验数据的佐证。

在强大科研实力和领先的商业模式的支撑下，以岭药业中药创新成果不断落地，构建了强大的产品力。公司目前拥有专利新药14个，已形成较为丰富的产品群，其中脑血管和感冒呼吸系统疾病用药领域已经处于行业领先地位。

2023年10月份，以岭药业独家创新中药“通络明目胶囊”获国家药监局批准上市；治疗持续性变应性鼻炎的“芪苈鼻通片”和治疗慢性胆囊炎的“柴黄利胆胶囊”报产获国家药监局药品审评中心(CDE)受理，2个品种“小儿连花清感颗粒”和“络必通片”处于III期临床，还有4个品种处于II期临床。此外，以岭药业还持续开展已上市中药品种的上市后再评价及二次开发，已上市品种持续开展药效作用机制深入探讨、上市后循证医学评价及真实世界研究，进一步提升产品临床价值。

目前，以岭药业已研发了连花清瘟胶囊/颗粒、通心络胶囊、八子补肾胶囊等14个创新专利中药，涵盖心脑血管病、呼吸系统疾病、糖尿病、肿瘤等临床多发、重大疾病领域，累计获得50余个国家和地区的注册批文并上市销售。其中，在心脑血管、感冒呼吸系统疾病用

药领域已处于行业领先地位。

今年，以岭药业将继续把加快推进中医药现代化作为发展目标，坚持市场龙头、科技先导的创新发展策略，围绕理论创新、技术创新、模式创新、业态创新打造独具特色的创新发展模式，进一步完善“国际国内相结合、线上线下相结合、引进来和走出去相结合”三种业务形态，依托“研发平台、生产基地、销售网络”三层业务链条，整合创新、跨越发展，努力打造中国式现代化中医药以岭新篇章，研发生产更多适合中国人生命基因和身体素质的“中国药”。

### 以世界语言讲述中医药故事 共绘中医药国际化新蓝图

以科技创新为引擎，以理论原创为基石，以岭药业正加速推进中药创新成果转化，引领中药行业走向国际化。以岭药业深知，唯有以全球通用的语言精准诠释中医药的精髓，方能跨越文化的界限，让中医药的智慧之光照亮世界。

为此，以岭药业积极与国际知名医学科研机构如美国哈佛大学医学心脏研究中心、杜克大学及英国卡迪夫大学等携手，共同推进研究，迄今已在SCI期刊上发表了超过300篇高质量论文，极大地增强了中医药在全球医学界的

认可与影响力。

在深耕学术研究的同时，以岭药业亦不忘中医药文化的传承与弘扬。其络病学课程已成功走出国门，在弗吉尼亚整合医学大学、加拿大安大略中医学、新加坡中医学等海外教育机构落地生根，为培养国际中医药人才贡献力量。此外，通过成立海外络病学会及连续举办20届国际络病学大会，以岭药业搭建了一个汇聚全球智慧、共谋中医药发展的高端交流平台，进一步提升了中医药在全球范围内的知名度和影响力。

在推动中医药国际化的征途中，以岭药业以创新为翼，不仅致力于理论创新、模式创新，更秉持开放合作的精神，不断探索适合中医药国际化发展的新路径。公司正通过一系列切实有效的措施，如加强与国际医学学术机构的深度合作、运用国际公认的药物评价标准验证中医药产品的疗效与安全性、积极推动中医药产品的国际注册与营销等，逐步构建起一条具有以岭特色的中医药国际化之路。

展望未来，以岭药业将继续以高质量发展为目标，不断加深自身的创新底蕴，同时积极为中医药走向世界贡献更多以岭智慧与力量，让中医药这一中华民族瑰宝在全球舞台上绽放更加璀璨的光芒。(IS)

