

复星国际：全球化业务侧重“研发+销售” 瘦身健体发力轻资产运营

■本报记者 王丽新

“投资人希望看到复星(国际)核心产业业绩增长,在这一块我们充满信心,未来也是复星(国际)的基石所在。”8月29日,在复星国际2024年中期业绩会上,复星国际董事长郭广昌向《证券日报》等媒体和投资者表示,“我自己和核心管理层非常关注现金流,去重资产才能有充足的现金流,能够稳健地发展,才能够享受未来。”

8月28日晚间,复星国际披露2024年中期业绩报告。报告期内,复星国际总收入为978.4亿元;产业运营利润增至34.7亿元,归母净利润为7.2亿元;调整后总债务占总资本比率为50.2%。上市17年以来,复星国际(以下简称“复星”)累计分红256亿港元,近五年分红率在20%及以上。

在和投资交流时郭广昌表示,复星部分业务确实受到一定影响,但复星的一些核心指标都在稳定增长,债务水平也在持续下降,未来也会持续提高分红率。当前投资人对风险的偏好正在发生变化,会更加追求一些风险把控好、能稳健成长的企业。复星的投资价值、稳健发展的红利有望逐步体现。

打造“数一数二”的公司和产品

在今年上半年复星978.4亿元的总收入中,四大核心子公司——豫园股份、复星医药、复星葡萄牙保险以及复星旅文的合计收入达721.7亿元,同比保持增长,占总收入的比重为74%。

在业内看来,经过多年对产业运营的布局,复星聚焦主业的效果进一步显现,其在医药、旅游、消费、保险等核心产业赛道,已打造出多个在行业排名前列的企业和产品。

此外,在快乐业务板块,复星旗下Club Med(地中海俱乐部)是精致“一价全包”度假的全球领导者;三亚亚特兰蒂斯是国内领先的高端综合度假旅游目的地,推动海南旅游进入3.0时代;豫园旗下老庙黄金,是中华老字号更是享誉全国的珠宝品牌。这些在各自行业“数一数二”的企业和产品,帮助复星持续巩固在相关产业的领先地位。

“上半年,我们的聚焦主业战略继

今年上半年

复星国际四大核心子公司——豫园股份、复星医药、复星葡萄牙保险以及复星旅文 合计收入达721.7亿元,占总收入74%



魏健祺/制图

续得到坚定执行,围绕形成优势的产业赛道,打造行业“数一数二”的好公司、好产品,卓有成效。”郭广昌表示,“我们持续聚焦创新、聚焦全球化,同时注重轻资产运营,以具备竞争优势的核心能力驱动长远发展。”

海外收入达458.7亿元

从当前已披露2024年中期业绩的上市企业业务布局来看,“出海”已经成为多个产业链上市主体的战略选择和业绩“第二增长曲线”。对复星而言,全球化业务则一直是刻在基因中的重要创收引擎。

“复星的全球化能力不是一朝一夕建起来的,而是通过十多年的全球布局持续完成的,复星拥有全球化的先发优势,一定要利用好。”在谈及全球化时郭广昌表示,复星现在的海外收入已经占到了总收入的47%,未来海外收入还将持续提升。

截至目前,复星在全球超过35个国家和地区有产业布局。2024年上半年,复星海外收入达人民币458.7亿元,同比增长4%。

从细分业务板块表现来看,复星旗下中国首个生物类似药汉利康获得秘

鲁药监局批准上市,成为继曲妥和汉斯状后,复宏汉霖第三款海外获批上市的自研药品;复星旅文Club Med在全球运营67家度假村;复星旗下全球领先的自动化和数字化企业罗姆科技,2024年上半年海外新增订单达到人民币39.9亿元;复星旗下海南矿业的非洲马布谷尼锂矿项目正在进行一期建设,预计2024年底建成投产;复星葡萄牙保险2024年上半年取得葡萄牙境内和国际业务双增长,海外业绩占比进一步提升,国际业务取得总保费欧元8.85亿元,占比超过30%。

在郭广昌看来,复星之前的全球化布局更倾向投资,今天全球化业务更侧重于全球研发能力和销售能力的建设,这是复星未来全球化的核心。

“举个例子,有款药一年疗程的费用在国内是数万元人民币,在美国是一二十万美元。所以作为生物医药企业,一定要加强海外销售和盈利能力。复星未来会在全球化方面持续发力,包括加强在中东、东南亚等地的布局。”郭广昌说。

继续“瘦身健体”

“自2022年以来,我们连续3年大幅度退出非战略非核心资产,累计回收现

金接近600亿元。”复星国际执行董事、执行总裁兼首席财务官龚平向《证券日报》等媒体和投资者表示,今年上半年,Club Med采用租赁和管理模式的度假村占比已经达到85%,自持的重资产度假村占比下降至15%,预期还会进一步下降。5月份,复星出售了持有的德国私人银行HAL全部股份,但将保留HAFS基金服务业务,HAFS将以轻资产运营模式,该业务的利润有望从当前的数千万欧元水平持续攀升。

截至报告期末,复星国际现金、银行结余及定期存款1095.53亿元;合计债务约2223.1亿元,长期债务占总债务比例为47.6%。

对此,龚平表示,未来的若干年之内,复星将压降有息债务规模至600亿元水平,提升产业运营利润规模至100亿元,逐步提升分红率,并提升取得投资级信用评级。

展望未来,郭广昌表示:“复星将继续聚焦主业,提升优势产业运营能力,在优势赛道积极投资拓展,前瞻布局,同时以轻资产运营能力,抓住更多的发展机遇。我们将坚持创新,坚定推进全球化发展,打造可持续的、稳定的盈利企业,努力为全球家庭客户带来更多‘数一数二’的好产品、好服务。”

上汽集团上半年实现营收2771亿元 新能源汽车交付超52万辆

■本报记者 龚梦泽

8月29日晚间,上汽集团发布2024年半年度报告称,今年上半年,公司实现整车批售182.7万辆,终端交付量达到211.5万辆,继续保持国内行业领先地位。

其中,公司新能源汽车终端交付量达52.4万辆,同比增长29.9%,位居中国车企第二;海外市场终端交付量达54.8万辆,同比增长12.7%,继续领跑行业。

报告期内,面对行业深度内卷、海外拓展承压的经营环境,公司坚定抓好结构调整,全力推动创新转型,积极应对风险挑战,强韧经营发展根基。上半年实现营业收入2770.86亿元,归属于上市公司股东的净利润为66.28亿元。

上汽集团相关负责人对《证券日报》记者表示,结合国家及地方“以旧换新”补贴政策,通过市场促销、保值回购、金融优惠等营销“组合拳”,公司努力激活消费需求,着力抓好终端零售,上半年实现终端零售批售高出近30万辆,渠道库存压力得到缓解。

同时,公司相继推出智己L6、荣威D5X、别克GL8插混等多款新能源重磅产品,上汽大众ID.家族屡月月销破万辆。海外方面,今年上半年,公司努力巩固西欧、南美等基础市场,加快拓展东欧等新兴市场,持续完善海外服务体系,海外市场终端交付量达54.8万辆,同比增长12.7%。

同时,技术指标全面领先日系竞品的主力产品MG3 HEV,已在欧洲上市销售,有望在A级车头部细分市场形成突破。对此,上汽集团总裁贾旭表示:“今年公司在欧洲的销量不会比去年低,现在市场对HEV产品的热情超过我们的想象,有些订单要到明年一季度才能交付。”

技术赋能方面,今年开始,DMH超级混动、全栈3.0智能车解决方案、整车中央协调运动控制平台(VMC)、固态电池等行业领先技术,正在加快量产上车。5月份,荣威D5X DMH正式上市;6月份,赛可出行、友道智途分获国家首批自动驾驶上路通行牌照,公司成为唯一一家获得两张牌照的车企,计划在近期实现L3级(有条件自动驾驶)技术小批量量产应用和商业生态运营。

值得一提的是,上汽集团正在与合资方签署协议,深化技术合作,共同开发面向中国市场的多款纯电和混动产品。聚焦国内,代表中国智驾最佳水准的智己城市NOA,成功开启“全国地图”,为用户打造“全国都能开、全国都好开”的高阶智驾体验;应用VVC技术的全新智己L6将在成都车展上首发亮相;搭载光年固态电池的智己L6也即将正式交付用户,续航里程超过1000公里。

建设世界级盐湖基地 盐湖股份上半年实现净利润22.1亿元

■本报记者 李立平

8月29日晚间,盐湖股份发布2024年半年报,报告期内,公司营业收入达72.37亿元,实现归属于上市公司股东的净利润22.12亿元。

上半年,氯化钾和碳酸锂价格持续调整,产业链经营普遍承压。在此背景下,半年报显示,盐湖股份的成本优势再度彰显,保持了盈利。

成本等优势进一步显现

具体来看,上半年,盐湖股份核心产品氯化钾产量达到225.51万吨,较去年同期实现了10.68%的稳健增长,销量223.67万吨,同比增长4.63%。盐湖股份介绍,尽管氯化钾的平均售价因市场波动有所下降,但公司凭借规模效应和成本控制能力,依然保持了稳定的盈利水平。

盐湖股份在新能源材料领域也取得了显著成就。上半年,公司碳酸锂产量18916吨,同比增长34.20%,销量20242吨,同比增长34.94%。

今年上半年,国内电池级碳酸锂的均价最高在3月中旬达到约11.3万元/吨,最低于6月末跌至8.89万元/吨,总体市场均价约10.37万元/吨,同比下滑约69%,这一价格下滑趋势大大压缩了锂盐企业的盈利空间。

在碳酸锂价格走低的情况下,考验的是企业的成本控制能力、技术创新、市场适应能力和供应链管理。

“公司通过优化生产流程、提升产品质量等措施,保持了在该领域的竞争优势。”盐湖股份董秘李舜介绍,公司目前已经形成了一整套集吸附提锂、膜分离浓缩技术耦合为一体的工业化示范装置,突破了从超高镁锂比低锂型卤水中提取锂盐的技术,依托于成熟的技术和优质的盐湖资源,公司始终将提锂成本控制控制在行业左侧,优势明显。

此外,盐湖股份依托察尔汗盐湖丰富的锂资源储备,持续加码盐湖提锂项目,公司现有碳酸锂产能3万吨,计划2024年生产碳酸锂4万吨,伴随公司新建4万吨基础锂盐项目建成投产,公司在盐湖提锂领域的龙头地位进一步突显。

黑崎资本首席战略官陈兴文向《证券日报》记者表示,一般而言,盐湖提锂的成本主要在3万元/吨至5万元/吨之间,这为相关企业成本优势再度彰显,提供了较强的竞争力。

“随着产业的发展及全球占有量持续扩大,中国新能源汽车的全球化发展将为碳酸锂行业提供强有力的支撑。”陈兴文表示。

建设世界级盐湖产业基地 7月25日,青海省十四届人大常委会第九次会议审议通过了《青海省盐湖产业高质量发展促进条例》(以下简称《条例》)。据悉,《条例》将于2024年10月1日起施行,标志着青海省在推进世界级盐湖产业基地建设、促进盐湖产业高质量发展方面迈出了重要一步。

盐湖股份位于青海省格尔木市,是中国目前最大的钾肥工业生产基地。近年来,盐湖股份聚焦建设世界级盐湖产业基地,在打造“生态盐湖、创新盐湖、智慧盐湖、安全盐湖”方面取得了阶段性成效。目前,公司拥有500万吨/年钾肥生产能力,产能位列全球第四;拥有4万吨/年碳酸锂生产能力,卤水提锂产能位列全国第一。公司5000吨镁铝合金压铸材料项目加快推进,20万吨硝酸钠装置正在启动产能。

李舜介绍,公司还积极探索硼、溴、铯等稀有元素的开发潜力,为盐湖股份从传统提钾转向提锂等新能源、新材料战略性新兴产业提供了广阔的发展空间。

值得一提的是,盐湖股份察尔汗梦幻盐湖景区评为国家4A级旅游景区,成为了新的利润增长点。“自本年度开园以来,已成功吸引了近17万名游客纷至沓来,这一数字较去年同期大幅增长。”李舜向记者介绍。

洽洽食品上半年营收净利双增长 经营活动现金流量净额同比增长150.95%

■本报记者 王丽新 见习记者 梁傲男

8月29日,洽洽食品交出了一份营收和净利润双增长的半年报,在报告期内实现营收28.98亿元,同比增长7.92%;实现归属于上市公司股东的净利润3.37亿元,同比增长25.92%;实现扣非归母净利润2.83亿元,同比增长41.8%。

中国食品产业研究院高级研究员朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示,洽洽食品交出了一份靓丽的半年报成绩单,与其持续的产品创新、渠道创新以及安全的供应链体系分不开。在整个消费品行业“内卷加剧”的市场环境下,洽洽食品的龙头优势越来越凸显。

坚果业务亮眼

洽洽食品半年报数据显示,洽洽葵花子业务依然是营业收入的最大贡献者,今年上半年实现销售收入18.54亿元,占总营收比重为63.98%,而上年同期为67.02%;而坚果业务销售额为6.60亿元,占营收比重为22.79%,上年同期为19.85%。

山东黄金持续探矿增储巩固行业地位

■本报记者 赵彬彬

上半年,黄金价格屡创新高,带动黄金矿业上市公司业绩水涨船高。

8月29日,山东黄金发布2024年半年度报告。报告期内,公司实现营业收入457.73亿元,同比增长66.9%;实现归母净利润13.83亿元,同比增长57.24%;扣非归母净利润14.14亿元,同比增长60.35%。

盈利质量同样大幅提升,公司上半年经营活动产生的现金流量净额57.8亿元,同比增长414.63%。公司拟向全体股东每10股派现金红利0.80元(含税),合计派发现金红利3.58亿元(含税)。

山东黄金相关人士对《证券日报》记者表示,今年上半年,公司业绩大幅增长,一方面得益于黄金市场价格持续上

方正证券分析师王泽华在研报中表示,洽洽食品正聚焦瓜子坚果,不断强化产品力。事实上,坚果行业是一个绿色健康的行业,也是洽洽食品打造的第二增长极,从目前发展来看,坚果业务已经步入稳健发展阶段。

对于坚果业务,洽洽食品相关负责人表示,公司红袋香瓜子20多年依然在中国市场保持领先地位,消费者对坚果富含营养的认知仍有待提升,公司每日坚果品类目前线上、线下综合做到了第一,未来公司仍会聚焦每日坚果品类做到像瓜子品类一样遥遥领先。

在业内人士看来,我国人均坚果消费量与中国营养学会编著的《中国居民膳食指南(2022年)》中推荐的人均坚果摄入量以及欧美等发达国家人均消费量相比,仍有较大差距。国内坚果炒货食品市场集中度较低,整体竞争格局较为分散,未来提升空间较大。

香颂资本执行董事沈萌对《证券日报》记者表示:“零食相对竞争门槛低,依赖单品的风险较大,所以逐步培育新的优势品类可以平衡市场风险,短期内

行;另一方面,公司矿产产量大幅增长,降本增效措施效果显著,这些因素一起推动公司盈利水平快速提升。”

中国黄金协会数据显示,截至6月底,伦敦现货黄金定盘价为2330.90美元/盎司,较年初2074.90美元/盎司上涨12.34%,上半年均价2202.91美元/盎司,较去年同期的1931.54美元/盎司上涨14.05%。而国内黄金价格涨幅超过了国际金价。6月末,上海黄金交易所Au9999黄金收盘价为549.88元/克,较年初开盘价480.80元/克上涨14.37%,上半年加权平均价格为514.12元/克,较去年同期432.09元/克上涨18.98%。

“金价快速上涨,对黄金相关产业影响不一。”巨丰投资高级投资顾问罗畴明在接受《证券日报》记者采访时表示,对于黄金首饰企业而言,因为金价大幅上

洽洽产品对消费需求的吸引力仍较突出,增长的持续性预期更强,这也是洽洽食品为下一阶段发展制定策略的关键窗口期。”

全球化提速

数据显示,我国休闲食品市场规模已超过万亿元,从市场规模整个变化趋势来看,我国休闲食品行业将呈现出长期稳定增长的态势。

对于企业而言,机遇与挑战并存。未来坚果行业的集中度会越来越高,洽洽食品深知未来是打规模战、品牌战、品质战,为此,从种植到田间加工销售,洽洽食品打造了一个安全的供应链生态体系。

根据洽洽食品半年报显示,在报告期内公司拥有1470个经销商,其中,国内有1362个经销商客户、国外有108个经销商客户,经销商数量与上年同期相比增加了200多家。同时,洽洽食品还在积极拓展新渠道,包括TO B团购业务、餐饮渠道合作等。

涨推高了生产成本,这往往使得黄金首饰价格水涨船高,反过来影响了黄金首饰销量。而对于黄金矿业公司而言,金价的上涨意味着在固定成本不变的情况下,收入能够显著增加,从而增加了公司的利润。这也是今年上半年黄金矿业公司业绩纷纷向好的一个重要因素。

济南大学金融研究院研究员刘坤对《证券日报》记者表示:“黄金价格上涨,为黄金矿业公司发展带来巨大利好。但是随着老矿山易开采资源逐渐减少,新建矿山面临深井建设难题,且安全环保政策要求不断提高,如何获得优质的资源储备,是黄金矿业企业发展的一道必答题。”

“资源是公司长远发展的生命线。”山东黄金相关人士表示,公司不断扩大资源储备,稳步推进探矿增储战略,规模

更多精彩报道,请见—— 证券日报新媒体 包含两个二维码,分别指向证券日报之声和证券日报APP。