

年内16家锂电公司拟定增510亿元 龙头企业加快产能扩张脚步

■本报记者 龚梦泽

2月14日再融资新规正式落地之后,定向增发规模显著放大。数据显示,今年一季度已披露预案的定增数量达到256单,同比增加了206单。这其中,锂电池产业的增资扩产动作尤其引人注目。据《证券日报》记者不完全统计,2020年以来,已有16家锂电上市公司披露定增计划,合计拟募资额高达510亿元。

对此,中关村新型电池技术创新联盟秘书长于清教在接受《证券日报》记者采访时表示,经过前几年的疯狂扩产,大家对于新能源电池产业链的投资布局都变得更加理性和谨慎。新一轮的产能扩张主要集中于头部企业,并且遵循“适度超前”的原则,一方面考虑到传统车企电动化转型加快,另一方面也是由于再融资环境改善,企业想通过规模化来降低成本。

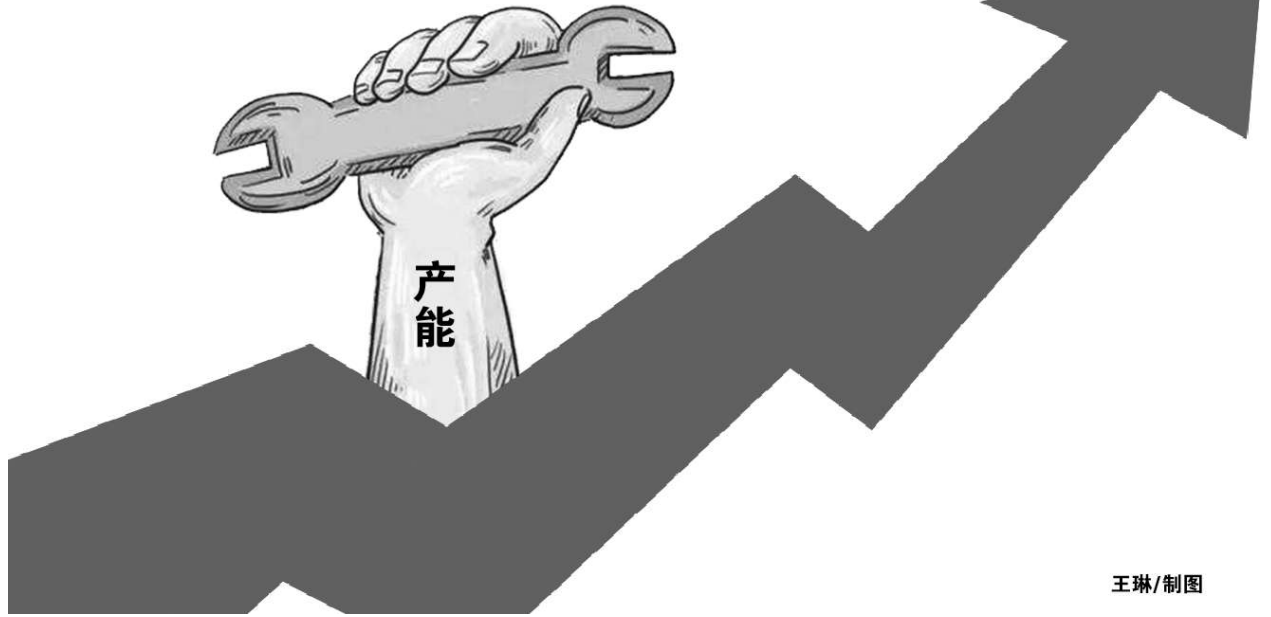
“疫情过后,行业经过洗牌,能存活的企业都有各自的生存之道,对于风险的把控能力会更强,而监管层对于增发募资的审核也会越来越严格。总体来看,此次锂电企业产能扩张的速度与市场需求增长速度不会差距太大。”于清教如是表示。

锂电上市公司密集定增扩产

东方财富Choice数据显示,今年以来,锂电上市公司中已有宁德时代、亿纬锂能、恩捷股份等16家公司披露定增计划,累计拟募资达510亿元。

作为锂电行业的龙头,2月26日,宁德时代发布公告称,拟非公开发行股票募集资金不超过200亿元,全部用于产能扩建、前沿技术研发和补充流动资金,金额分别为125亿元、20亿元以及55亿元。

此次定增加发合计扩产97GWh,相当于再造近两个宁德时代。如此大手笔,也使得宁德时代此次非公开发行成为再融资新规以来,募资金额最大的一次预案。而在此之前,证监会已核准宁德时代公开发行100亿元债券。其



王琳/制图

中,2019年10月份已募资15亿元,2020年1月份已募资30亿元,截至3月3日仍有55亿元待发额度。

业内普遍认为,再融资新规对定价、规模、限售等问题,作出了更为市场化的规定。随着锂电概念股近期股价齐升,选择在此时定增融资,不仅可以提高发行定价,还能有限摊薄每股收益以及对股权的稀释。

在此背景下,热衷募资增发的自然也不仅有宁德时代一家。3月23日,隔膜行业龙头恩捷股份披露50亿元定增预案,扣除发行费用后的募集资金净额将用于江西省通瑞新能源科技发展有限公司锂离子动力电池隔膜一期扩建项目、无锡恩捷新材料产业基地二期扩建。

值得一提的是,上述募资金中恩捷股份还将拿出15亿元用于补充流动资金。根据公司年报,2019年公司总负债73.12亿元,同比增长36.82亿元。15亿元的“活水入田”,将有效改善公司资产负债率和财务费用,进而起到优化公司财务结构的作用。

此外,亿纬锂能也计划募资25亿元,用于TWS豆式电池、高温锂电电池、三元方形动力电池等项目。研究测试,另补充流动资金7亿元。记者还注

意到,2月19日,亿纬锂能拟向全资子公司亿纬集能增资6.5亿元,以推进其完成产线建设。亿纬集能专注软包电池生产,预计未来将向戴姆勒与现代汽车公司供货。

谨防低端产能过剩风险

2020年开局,新能源汽车和消费电子行业迎来新的变化。记者注意到,今年第一季度全球智能手机、可穿戴设备等智能硬件出货量显著下滑;动力电池方面,受疫情影响行业供应链物流放缓。随着LG化学、三星SDI、松下等电池厂商相继关闭了海外电池工厂,锂电池或现断供的消息不断传出。

那么全球锂电供应链物流放缓,是否会我国的供应市场产生较大波动呢?对此,于清教表示,目前由于市场需求低迷,再加上前期产能过剩,有一定库存,供给虽然因疫情影响受到一定阻碍,但上半年基本没大的问题。“从调研情况来看,虽然产业链企业大部分已复工复产,但需求端低迷,出货量也大幅下降。”

国家科技成果转化基金新能源汽车创业投资基金总裁方建华对此也持

乐观态度。“我国在锂电领域,已具备较强的全产业链优势,产业发展之初对外依存度很高的电解液和隔膜领域,已基本不依靠进口,并实现自主制造,受海外供应链影响不会太大。”方建华如是表示。

事实上,自2018年起,锂电行业就已进入深度洗牌阶段。“高端产能不足、低端产能过剩”的状况却得到了有效改善。记者观察到,2019年锂电行业前十企业合计装机达54.88GWh,占整体装机量的87.98%,市场份额正持续向头部企业聚集。

而随着特斯拉这种明星车企的强势入局,以及新能源汽车补贴延续的政策利好刺激,对于未来高端产能短缺的一致判断,促成了各大锂电公司相继启动定增扩产。对此,方建华认为,尽管各家企业并未透露其产能利用率及具体产能,但锂电头部公司同时密集定增扩产,应该理解为按需定产,提前布局。

方建华表示,尽管新能源汽车预计拥有30%复合增速,但目前来看渗透率仍然很低。按照战略规划提前做足产能储备,对于头部的锂电上市公司而言是必要的。但仍要理性投资、精细化管理和市场运作,谨防盲目招商优惠,盲目投资扩产。

新冠检测试剂日产能达30万人份 硕世生物一季度净利同比增长6.7倍

■本报见习记者 李亚男

由于新冠检测试剂销量激增,硕世生物一季度财报显示,公司1月份至3月份实现营业收入2亿元,同比增长276.21%;归属于上市公司股东的净利润1.04亿元,超过2019年全年利润,同比增长670.91%。业绩公布当天(4月24日),硕世生物股价大涨,盘中创下上市以来新高153元/股。

硕世生物相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,“公司2020年第一季度新冠检测试剂销量激增,导致2020年一季度净利润已经大幅超过2019年1月份至6月份水平,公司预测2020年1月份至6月份的累计净利润较上年同期将有较大增长幅度。”

同时,公司披露了2019年度分红预案,上市首年,公司拟每10股派发现金红利15元,分红金额8793万元(含税),占当期净利润比重达到了104.98%。

上述负责人称,“上市公司理所当然地应当给股东创造投资价值并给予投资回报,公司分红方案是综合考虑公司盈利状况、经营现状及全体股东的投

资回报情况下确定的。”

新增新冠检测试剂订单 日产能达30万人份

“公司目前日产能达到30万人份,产能充足,可以满足订单需求。公司新冠检测试剂及产品均为自主研发及生产,研发及生产过程中不存在困难。”硕世生物相关负责人说道。

据硕世生物官网披露,公司在1月份就推出了新型冠状病毒核酸检测试剂盒,其配套自动核酸提取仪产能达到1000台/年,PCR反应酶体系、引物及探针都已实现自主生产。截至2月底,该试剂盒全国供应量已超百万份。

硕世生物2019年12月5日登陆上交所科创板,公司专注于体外诊断试剂、配套检测仪器等体外诊断产品的研发、生产和销售。上述公司相关负责人告诉记者,“在传染病检测领域,公司是国内疾病预防控制中心的主要供应商,有400多个产品品种,覆盖全国各省区300多家地级市疾控中心,基本涵盖了国内已发或国外已发、国内未发的传染病。”

记者在采访中了解到,今年3月初,国产的新冠检测试剂就开始逐步走出

国门,目前,相关企业的海外出口订单占比远高于国内订单。

从中长期来看,全球新冠病毒检测产品的供应缺口会逐渐收窄。安信证券医药行业首席分析师马帅在接受《证券日报》记者采访时表示:“随着国内具备出口资质的企业产能不断提升,同时国外IVD巨头产能进一步修复,全球的检测产品供应缺口会逐渐收窄,但是巨大的需求会长期存在,对于硕世生物等体外诊断相关企业会形成长期利好。”

抗疫产品出口企业中期看好 业绩有望持续全年

在一季度报发布的同时,硕世生物也对外披露了上市后首份年度报告。2019年公司实现营业收入2.89亿元,同比增长25.18%;净利润8375.62万元,较上年同期增长31.23%。

年报显示,公司主营业务分为诊断试剂、诊断仪器、检测服务、其他四类产品,其中,诊断试剂产品去年营业收入达到了2.68亿元,毛利率达到了85.11%。值得一提的是,硕世生物在分子领域毛利率达到了84.84%,高于同行业同领域产品77.31%的毛利率。

据硕世生物相关负责人透露,疫情也可能导致非新冠产品的销售受限,但受限程度目前难以预计,因此,公司难以预测2020年1月份至6月份净利润与上年同期相比具体的增长幅度。

马帅分析称,医药企业一季度的业绩表现呈现分化状态,“受疫情影响,一些业务与抗疫相关的医药企业一季度业绩表现靓丽,但业务不直接相关的医药企业短期则受到诸如医院门诊量下降及自身线下销售暂停等一定负面影响,短期业绩表现欠佳。中期来看,疫情在全球范围内扩散,具备抗疫物资出口能力的医药企业业绩有望持续2020全年。”

记者注意到,4月19日,硕世生物公告称公司产品新型冠状病毒2019-nCoV核酸检测试剂盒(荧光PCR法)已取得医疗器械注册证,此前该产品已于3月初获得欧盟CE认证。截至4月19日,国内同行业已有30个产品取得同类产品的医疗器械注册证书。

马帅告诉记者,“此前国内企业出口医疗器械需持有国内注册证及出口地的注册证,现在政策有所变化,对于那些仅具备海外出口地准入资质的器械企业,只要产品符合标准,有规范的海外销售渠道,亦可以进行相关产品的海外出口。”

金字火腿线上销量大增 预计上半年净利润至少增长六成

■本报见习记者 吴文婧

随着公司从火腿细分行业进入肉制品、肉类大产业,市场空间不断扩大,提出要打造肉类产业互联网品牌消费品的金字火腿,发展驶入了快车道。

4月23日晚间,金字火腿披露了2020年一季度报告,一季度共实现营业收入1.91亿元,同比增长103.34%,归属于上市公司股东的净利润4888.50万元,同比增长53.34%。同时,公司预计2020年上半年实现净利润6300万元至8500万元,增长幅度为60.61%至116.69%。

“火腿、香肠等特色肉制品快速发展,营业收入显著增长。另外,今年公司推出了进口品牌肉、预制调理肉制品业务,其新增收入也对业绩增长贡献较

大。”金字火腿相关负责人向《证券日报》记者表示,“随着公司对线上进行全渠道布局战略的开展,重点开拓网红直播和社交电商效果显现,线上销售迎来了全面增长。”

年报显示,2019年,金字火腿在传统电商的基础上,对线上进行了全渠道布局,新型渠道的作用凸显,并形成线上线下齐头并进的良性局面。金字火腿2019年网络销售额为7559.46万元,同比增幅达到44.24%。

金字火腿相关负责人向记者透露,公司已经合作的网络平台达160多家,“后续将扩大与头部直播机构及网红的合作,树立品牌形象,同时继续挖掘有潜力的‘直播腰部主播’,并培养自己的直播、建立直播的网络。另外,公司也考虑根据产品属性开发适销对路的线上平台进行合作与分销,建立覆盖面更

广的新营销网络。”

与李佳琦的一次合作让金字火腿香肠一夜走红,更是让金字火腿在资本市场上备受资金追捧。有业内人士向《证券日报》记者表示,直播电商能够扩大公司的品牌知名度和对用户群体的覆盖面,已然成为当下消费品企业重要的销售渠道,伴随5G时代的到来,“宅经济”持续发酵,预计未来直播电商形式将获得进一步突破,继续维持高速增长态势。

金字火腿的2020年工作重心中也提到,将在原有渠道的基础上,系统性做好网红直播、生鲜电商、内容电商、社交电商的开拓,带动线上业务实现高速增长;要在传统电商的基础上,进一步把握风口,建立立体化的线上网络,不断开拓效率更高的电商平台,布局线上全渠道。

金字火腿表示,2020年的一大工作重点是全力开发新产品,将新品作为突破口,提升单品盈利能力,培养大单品,形成产品梯队,提高新品占整体销量的比例。在推广新品过程中,多做高附加值、高毛利、高品质的产品,通过推新品提升销量的同时提升利润率。

去年,金字火腿植物肉产品正式推出市场并引发了强烈关注。而近日,肯德基、星巴克等餐饮巨头也相继入局。

“最近,公司主要是在产品和市场两方面做工作,开发植物肉丸、植物肉狮子头、植物肉肠等产品,在市场渠道上做一些推广和开发工作。”对于植物肉业务的发展情况,金字火腿相关负责人表示,“植物肉是未来食品的发展趋势,但目前还处于市场培育期,我们会把植物肉作为未来发展的重点产品,加大开发推广力度。”

聚焦上市房企

阳光城锁定“2000亿元+”规模目标 欲引入战略投资者

■本报记者 王丽新

“当你穿过了暴风雨,你早已不再是原来的那个人。”阳光城亦如是。过去三年,凭借“规模上台阶,品质树标杆”战略,阳光城跨入双千亿元阵营。未来,在新行业格局下,阳光城将关注利润重视品质,以运营能力突围前行。

“今年销售目标是‘2000亿元+’,加多少是个变数,疫情持续多久影响多大,现在还不确定,我们能做的底线是要‘向死而生’。”4月24日,在2019年业绩说明会上,阳光城集团执行董事长兼总裁朱荣斌表示,不要太关注目标多一点或者少一点,关键是公司能在各种环境下安全稳健发展。

“受疫情影响,上半年供货量可以达到40%,下半年为60%。”阳光城集团执行副总裁兼首席运营官陶乃桂表示,全年可供销售货量达3200亿元,按照65%的去化率,“2000亿元+”目标可得足够保障。

对于销售业绩,阳光城集团助理总裁兼营销管理中心总经理陈友锦透露,“疫情到来,阳光城反应迅速,同时具有针对性,迅速出台了‘阳光房宝’、业主保障计划、线上线下销售计划,并取得了良好的销售成果,在一季度还获得长沙楼市冠军。”

现金分红超前两年之和

过去的一年,是阳光城运营红利初步释放的一年。

根据年报显示,2019年,阳光城实现全口径销售金额2110.31亿元,同比增长30%;实现结算营业收入610.49亿元,同比增长8.11%;归属于上市公司股东的净利润40.20亿元,同比增长33.21%;归母净利润率提升1.24个百分点。

为回馈股东,2019年阳光城现金分红(含税)达8.12亿元,占归属上市公司股东净利润的20%,分红额超2017年、2018年之和,创近三年新高。“在未来平衡经营发展的同时,会以20%分红比例为起点,给股东更高回报。”阳光城集团CFO陈苑如是表示。

“做地产这一行,要增加1000万元的利润都很难。但一个管理不善、一个不小心,要增加1亿元的成本,损失1亿元,很容易。”朱荣斌表示,地产行业利润下调是一个普遍现象,行业已经进入微利时代,对阳光城来说,要保

证投资工作严格进行,审时度势确保预期收益良好兑现。在这个基础上,阳光城改善经营、财务成本并提高周转水平后,利润空间的改善变得可期。

拿地原则调整为“以销定投”

“要改善毛利率,需要在拿地、设计、运营及降低财务成本方面做很多工作。”阳光城集团执行副总裁吴斌斌表示,提升利润是重要目标,这些方面都要做好。

截至2019年年底,阳光城总计土地储备4101万平方米,其中一、二线城市预计未来可售货值占比72.60%,累计成本地价4355.78元/平方米,2019年销售均价12317元/平方米,可见地售比良好。

阳光城认为,“针对过往土地沉淀多、市场调控限价销售、财务成本居高情况,我们认为土地储备过多可能带来额外财务负担,这两年土储原则调整为销多少补多少。”

目前公司投资已经走向“高周转”轨道,“以销定投”见成效,实现了控负债与谋发展之间的平衡。

负债率下降现金短债比提升

规模快速跃升的三年,阳光城一直坚守“财务指标不恶化,有息负债不增加”。

过去一年,阳光城实现销售规模30%增长的同时,净负债率同比下降了44个百分点降至138%,今年有望降至100%之内;有息资产负债率下降6.3个百分点降至36.5%。有息负债总额1123亿元,已连续三年保持稳定。

降杠杆之下,债务结构也得到优化。截至2019年年底,阳光城短期有息负债规模为335.49亿元,占有息负债比例下降近13个百分点至29.87%,非银融资占比较去年末的52.57%下降至24.94%;平均融资成本为7.71%,同比下降23个百分点。评级在2019年年底升为AAA,整体呈现的资本能力有所提升。此外,公司货币资金420亿元,比去年同期的335亿元有所提升,现金对短债覆盖倍数也由1.34提高至2.35。

同时,阳光城管理层也表示,在注重权益销售比例提升的同时,要加大资本运作力度,重点工作是找到战略投资人,优化股权结构,全面提升资本市场认可度。

华夏幸福战略直指都市圈 重点发展两大业务

■本报记者 王丽新

净利润比重不低于30%。

从近几年主营业务的收入占比来看,2017年北京以外地区收入实现了翻倍增长,异地复制模式成效较为显著,2018年环北京以外收入已经翻倍至占比30.82%,2019年该数据增长至44.62%。

“产业新城板块现在形成良好的梯队效应,已启动的79座产业新城中,66座实现回款,22座进入成熟期,净现金流转正。”华夏幸福董秘林成红表示,接下来,华夏幸福将启动战略再聚焦战略,将投资布局重点转向核心都市圈和高端城市,比如“环京+苏浙皖鄂武”。

华夏幸福联席总裁俞建表示,未来华夏幸福将大力推进平台建设,在产业新城方面积极寻找合作伙伴,共同开发建设,将自有资金主要用于土地开发整理、产业服务等产出高的项目,提高资金使用效率。

新业务拓展有序进行

2019年设立双总部以来,掌舵南方总部的吴向东主抓新业务的推进,其发展战略是在传统重资产模式的基础上,加速开拓轻资产模式,以品牌输出方式代建、管理运营零售物业和写字楼等商业地产,积极探索并布局康养、公共住房和科学社区等新型不动产领域。

回顾过去一年,北京丽泽项目成为公司首个“轻资产”模式项目,开启与中国平安合作新篇章;第二单则是武汉长江中心综合体项目,成为公司首个从拿地开始,涵盖开发建设、运营管理全周期的商业综合体项目。此外,公司还布局深圳市等城市更新项目,成功被选定为城市更新前期服务商的项目8个,其中深圳6个、东莞2个。

吴向东表示,未来无论在增量市场还是存量市场的商业地产领域,都有提升硬软件最终提升回报的无限空间。“近期还有大的城市综合体项目落地,有些业务在全国范围内会产生一些影响,华夏幸福要成为中国最好的商业地产发展商或者运营商之一。”