



主持人陈炜:6月份已近尾声,上市公司的上半年业绩备受市场关注。截至6月25日,共有529家公司披露半年报业绩预告,329家公司预喜,占比达62.19%。半导体、环保、新能源产业和服务业消费等细分领域景气度提升;化工、机械设备等制造业及相关环节受益于减税降费,中报业绩得到提振。

329家公司中报预喜与三大重点政策推动领域较为契合

■本报记者 吴晓璐

上半年即将结束,上市公司的半年报业绩预告成为市场关注的焦点。

记者据东方财富Choice数据统计,截至6月25日,共有529家上市公司披露2021年半年报业绩预告,其中,329家公司预喜,占比达62.19%。从业绩增幅来看,有148家上市公司预计上半年净利润同比实现翻倍(以业绩变动上限计算),22家公司预计净利润最高增长超10倍。

分行业(申万二级,下同)来看,上述329家业绩预喜的公司中,化学制品、专用设备和汽车零部件行业的公司数量较多,分别有32家、22家和17家,预喜公司占行业发布业绩预告公司总数的比例分别为80%、95.65%和65.38%。

近年来,我国持续推进科技创新、推动“双碳目标”落地、促进新型消费等领域发展,从半年报业绩预告来看,半导体、环保、新能源产业和服务业消费等细分领域的行业景气度提升。《证券日报》记者梳理部分业绩预喜公司的公告发现,与上述三大政策重点推动的领域较为契合。

继2020年9月份国务院出台《国务院办公厅关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》后,今年3月份,发改委、商务部等28部门联合印发《加快培育新型消费实施方案》,提出培育壮大零售新业态等24项举措。

在政策持续推动下,以网络购物、移动支付、线上线下融合等新业态新模式为特征的新型消费迅速发展。部分上市公司在今年半年报业绩预告中亦提及,期内加大了线上线下渠道等布



局。如潮宏基预计,公司上半年净利润最高增长1240.92%。业绩增长的主要原因是顺应全渠道新零售趋势,加速直播以及线上线下互通业务的开展,深化云定制业务布局等。

对于消费领域,粤开证券研究院负责人康崇利在接受《证券日报》记者采访时表示,今年以来市场销售逐步恢复,商品零售平稳增长、服务消费明显复苏、线上消费较快增长,线下消费继续改善。“从今年上市公司的半年报业绩预告来看,目前服务业消费明显复苏。另外,5月份社会消费品零售总额同比增长12.4%,较2019年5月份增长9.3%,数据也可作为验证。”

“十四五”是碳达峰的关键期、窗口期。随着我国“双碳目标”的推进,新材

料、新能源、环保等行业迎来巨大发展机遇。如苏州固锟预计,今年上半年净利润最高增长160%。对于业绩增长的原因,公司表示,国家提出的“碳达峰、碳中和”战略,利好子公司苏州晶银新材料科技有限公司销售量同比增长。

就环保领域来看,据记者梳理,截至6月25日,共有5家环保工程及服务类上市公司披露上半年业绩预告,均为预喜。

“碳中和带动环保行业新一轮景气提升。”康崇利认为,“双碳目标”推动环保行业从末端治理向源头治理转变,行业定位转向减污降碳协同治理,行业由此迎来新一轮发展机遇,可以持续关注垃圾焚烧、危废资源化及再生塑料等领域公司的业绩态势。

此外,还有十余家公司在公告中提

及,业绩增长主要是公司受益于新能源行业的持续高景气度或新能源汽车市场景气度的延续等。

“长期来看,碳中和推动能源结构转型升级的背景下,光伏和风电逐步成为主力电源供给,储能长期发展空间广阔。新能源领域公司中,看好龙头地位相对稳定的各环节头部公司,以及对终端需求放量弹性大且竞争格局稳定的胶膜、逆变器环节相关公司的业绩表现。”康崇利表示。

此外,科技类公司也是不少券商下半年看好的领域。某券商资深策略分析师对《证券日报》记者表示,“三季度比较看好科技类公司,尤其是半导体领域,目前内需很旺盛,出口数据也非常好,有望对后续业绩形成支撑。”

减税降费提振上市公司中报业绩 制造业受益颇丰

■本报记者 包兴安

日前,上市公司陆续发布上半年业绩预告。专家表示,减税降费将提振上市公司中报业绩,预计制造业受益颇丰。

今年,我国继续实施结构性减税,推出了超5500亿元规模的减税政策。具体措施包括,将制造业企业研发费用加计扣除比例由75%提高至100%;自2021年4月1日起,将运输设备、电气机械、仪器仪表、医药、化学纤维等制造业企业纳入先进制造业企业增值税留抵退税政策范围,实行按月全额退还增量留抵税额等。

巨丰投顾投资顾问总监郭一鸣对《证券日报》记者表示,减税降费的直接影响就是企业经营成本下降、利润提升。今年的减税政策既包含此前大规模减税政策的延续,还包含了新出台的结构性减税政策,所以对上市公司上半年业绩将形成一定的提振和贡献。其中,由于制造业及相关环节新增减税降费力度较大,相关上市公司受益也最多。

记者注意到,业绩预告中表现较好的企业大多分布于化工、机械设备、电子、医药生物等行业,这也从侧面验证了制造业及相关环节最受益。

国家统计局数据显示,今年前5个

月,制造业投资同比增长20.4%,高于整体投资5个百分点;两年平均增速为0.6%,较1月份至4月份回升1个百分点,今年以来首次转正。

“在经济转向高质量发展、结构持续优化的背景下,高端装备等先进制造业迎来发展契机,叠加相应的减税降费政策,研发投入较多、技术壁垒更高的优质企业有望实现更好的业绩表现。”粤开证券研究院首席市场分析师李兴表示。

郭一鸣认为,在结构性减税政策中,将制造业企业研发费用加计扣除比例由75%提高到100%,是激励引导企业开展研发创新的一项重要税收政策,

通过减税优惠,有利于缓解企业资金压力、激发创新活力。

李兴表示,研发费用加计扣除是鼓励企业研发创新的常见方式,能够助力企业做优做强、加大技术研发投入,相关政策的稳步推进也体现了政策面鼓励制造业高质量发展的决心,高端制造业有望迎来快速发展。

“从企业本身来看,相关政策为企业自主创新提供了更多空间,尤其是对于前期研发投入大、技术壁垒较高的行业,在政策红利下将有更多资金保障研发投入,有利于提升企业的核心价值,增强长期发展潜力。”李兴认为。

大宗商品涨价、汇率波动牵动上市公司中报业绩 专家:下半年成本压力有望降低

■本报记者 刘琪

从上市公司公告来看,2021年中报业绩多了部分“扰动因素”。今年前4个月屡屡“抢占头条”的大宗商品涨价与人民币汇率上涨,对上市公司业绩产生了方向不同的影响。川财证券首席经济学家陈雳对《证券日报》记者表示,短期来看,大宗商品涨价影响最大的还是传统制造类企业,这类企业对原材料加工产生的附加价值有限,毛利率较低,同时又难以通过涨价转嫁成本压力,而附加值较高的高新技术产业,受大宗商品和汇率波动的影响相对较小。

具体来看,有部分上市公司业绩受益于大宗商品价格上涨。如美锦能源预计,上半年实现归属于上市公司股东

的净利润11亿元至15亿元,比上年同期增长1617.52%-2242.07%。业绩同比大幅增长的主要原因之一是报告期内煤炭、焦炭价格高位运行。

不过,也有上市公司业绩因此承压。比如,华康股份6月23日在上证e互动平台回复投资者提问时表示,“一季度受人民币升值、海运费及淀粉采购价格上涨等因素影响,公司主营业务毛利有所下降。二季度如上述因素未能消除,可能会对公司带来一定的影响”。

粤开证券研究院首席策略分析师陈梦浩对《证券日报》记者表示,大宗商品价格上涨对上游原材料企业的收入及利润端表现构成利好,对于产业链中下游企业的利润造成不同程度的侵蚀,

影响程度取决于产品是否有强定价权。另外,经营活动涉及外汇交易的企业对人民币汇率波动更敏感。

5月下旬以来,随着监管部门接连出手,大宗商品投机炒作降温,部分大宗商品如铁矿石、钢材、铜等价格出现不同程度回落;同期,人民币对美元汇率双向波动特征愈发显著。那么,上半年因大宗商品涨价、人民币汇率升值而业绩承压的上市公司,下半年是否能扭转局势?对此,陈雳认为,下半年大宗商品继续走强的可能性不高,但也难以出现大的回落。因此,对于上市公司来讲,下半年成本压力有望减轻,但能否扭转则取决于转嫁或控制成本的能力。

“当前大宗商品市场有明显降温,

表明政策对部分大宗商品的调节已经见效。后续随着全球经济的持续复苏和海外流动性收紧,由供需错配和过于充裕的流动性环境带来的价格上行将有所缓解,拐点或将在下半年到来。后续人民币汇率大概率仍将维持双向波动,出现单边持续升值的概率较小。”陈梦浩分析称。

因此,陈梦浩建议,受益于上述波动因素的企业可以积极把握价格上行机遇,通过增产、扩产等方式提升业绩;受损于上述波动因素的企业可以通过合理提价等方式转嫁成本压力,合理留存企业利润。另外,为了应对原材料价格波动和汇率波动,企业也可以运用一定的风险对冲工具,平抑成本端的波动,达到保护利润的目的。

宝新金融首席经济学家郑磊博士对《证券日报》记者表示,随着“碳中和、碳达峰”目标的不断推进,国内政策方面越来越重视且支持绿色金融和可持续发展的理念。目前国内绿色债券已经逐渐发展成为绿色金融市场中相对成熟的一个产品,此前国内发行的绿色债券相对较少,所以投资者参与的也不多。但随着绿色债券发行规模的扩大,相信相关产品也越来越受到投资者的关注。同时,在此次《方案》施行后,监管可以对金融机构投资绿色债券的情况进行持续跟踪,为之后此类政策的出台实施提供数据基础,进一步帮助监管机构完善政策的研究和制定。

绿色投资积极性较高。此次《方案》将绿色债券纳入银行业金融机构绿色金融业务评价体系,有助于激励银行业金融机构进一步增加对绿色债券的投资,为绿色债券市场带来增量资金,促进国内债券市场扩容发展。

《证券日报》记者根据Wind数据梳理发现,截至6月25日,银行间市场已发行的债券中带有“绿色”贴标的有265单,合计发行规模达2427.99亿元,与去年同期相比增长86%以上。去年同期发行的绿色债券数量为176单,合计规模达1302.64亿元,可见市场扩容迅速。其中由商业银行发行的绿色债券规模达338亿元,同比增长186%,去年同期规模为118亿元。

贷要求。

绿色债券市场扩容迅速

记者发现,按照此前的央行考核方式,绿色信贷是主要的衡量指标,并且未将绿色债券纳入其中,而最新的《方案》则新纳入了绿色债券作为考核标准。

中证鹏元在研报中分析指出,国内绿色投资仍处于萌芽阶段,导致国内绿色债券发展缺乏市场化动力,投资端积极性不高,这是制约绿色债券市场发展的重要障碍。目前绿色债券的投资者主要是银行,尤其是绿色金融改革创新试验区内的银行,因为政策要求,所以

生鲜电商“烧钱”进行时 “第一股”之位如何坐稳?

■本报记者 贾丽

生鲜电商上市潮风起云涌。近日,每日优鲜和叮咚买菜先后更新了招股书,公布IPO发行价定价区间。有消息人士称,每日优鲜已获得超额认购,拟提前结束簿记。

半年内,每日优鲜、叮咚买菜、美菜网、多点Dmall等多家生鲜电商动作频频,集体瞄准“生鲜电商第一股”,暗中奔波较量。

然而,热闹背后却也有着些许无奈。目前来看,生鲜电商尚未寻找到盈利的破题之法,扩张脚步从未停歇,导致“烧钱”现象加剧,亏损不断扩大。在此背景下,生鲜电商又该如何“坐稳”第一股之位?

集体寻求上市

此前,叮咚买菜和每日优鲜在同一天递交招股书,分别寻求在纽交所、纳斯达克上市。

6月22日,每日优鲜更新招股书,预计美股IPO定价区间为每ADS13美元至16美元,将发行2100万股ADS。现有股东中金、腾讯、美国长线基金Davis等将购买至多价值9000万美元的ADS。

而叮咚买菜也在6月23日向美国证券交易委员会(SEC)提交了更新版IPO(首次公开招股)上市申请文件,计划将IPO发行价区间设定在每ADS23.5美元至25.5美元之间,计划公开发行1400万股ADS。

“疫情之后,生鲜电商价值凸显,迎来高速成长期。但这也是一个激烈竞争的赛道,快速扩张需要源源不断的大笔资金,上市可以补充资金储备,拓展融资渠道。”易观流通行业中心高级分析师何懿轩在接受《证券日报》记者采访时认为。

记者据天眼查APP不完全统计,我国生鲜电商赛道中有近500个品牌发起数百起融资。截至目前,2021年该领域已发生十余起融资事件,融资总额超百亿元人民币。

在资本助推下,生鲜电商正全力“奔跑”。数据显示,2018年-2020年,每日优鲜复合年增长率为26.9%;同期,叮咚买菜年均复合增长率高达319.2%。

然而在激烈的资本战和快速的扩张下,无法填补的“窟窿”成为生鲜电商“心中的痛”。

近几年,每日优鲜和叮咚买菜的业绩都出现大幅亏损,前者三年巨亏67.9亿元,后者两年巨亏50亿元。招股书显示,每日优鲜连续三年亏损,去年净亏损达16.49亿元,今年一季度亏损达到6.1亿元,比上年同期亏损扩大4.15亿元。叮咚买菜去年亏损31.77亿元,今年一季度营收同比增长46.15%,但亏损仍然达到13.85亿元。

一边是持续扩张,一边是资金告急,上市成为了身陷亏损泥沼的生鲜电商平台共同的选择。

“多方巨头入局下,社区团购快速扩张,生鲜电商受到严重威胁。同时因暂未实现盈利,难以支撑日后庞大的开支,所以想早日谋求上市,补充弹药以备后面更残酷的竞争。”何懿轩称。美团电商战略顾问、百联咨询创

始人庄帅在接受《证券日报》记者采访时认为,当下,生鲜电商都急需抓住上市的窗口期。“每日优鲜、叮咚买菜等平台经过了多轮融资,在发展中一直以烧钱模式维持竞争力,经过几年消耗后,仍在亏损的它们需要大量资金为后续发展提供支持。无论是为了寻求资本的回报,还是为了应对更激烈的竞争,它们都需要抓住这次机会。”

前景广阔,市场格局未定,成为巨大的诱惑。“生鲜第一股”之争的背后,实际上也是市场格局之争。

“概念还热、整体格局还未固化,促使生鲜电商纷纷选择在此时上市,一方面,头部品牌希望有更多的竞争筹码,来争取更好的排位,而这需要更大体量的资金投入;另一方面,上市公司的身份也有可能作为获得外界信任的方式。不过,生鲜电商现在更需要思考的不是如何扩张,而是如何盈利。”钉科技创始人丁少将对《证券日报》记者表示。

“烧钱”还会持续吗?

随着多家公司启动上市计划,以及社区团购的发展,生鲜电商市场的竞争无疑将更加激烈,平台若想生存下来并在市场中有所突破,还需持续升级。

在庄帅看来,企业烧钱模式还会持续。“生鲜电商行业空间很大,但用户的习惯还需要培养,平台也都处在竞争初期,大多规模尚小,在百亿元上下,需要进一步做大规模,扩充品类、拓展产业链服务,探索适合自己的盈利模式,巩固并构筑自己的护城河。而这些都需要巨量的资金支持。”

“社区团购快速发展,生鲜零售竞争激烈,使得生鲜电商不进则退,只能选择继续扩张。而大多数生鲜电商的自身盈利不足以覆盖冷链、仓储、运输、配送等成本,要活下去就肯定会烧钱,因而烧钱模式势必会继续。叮咚买菜仍处于加速扩张中,亏损或将持续;每日优鲜开拓了智慧菜场新业务,模式成熟后的复制扩张阶段也需要大量资金。”何懿轩表示。

但受多重因素影响,生鲜电商直接进行补贴降价的情况将会有所改变,竞争更多地将会在供应链、产品、服务质量等方面展开。未来,生鲜电商市场有望呈现出多业态多模式共同竞争发展的态势。

“各类模式有不同的优势客群与需求场景,因而生存下来的生鲜电商平台会各自找到一定的生存空间,共同组成全新的生鲜零售生态。”何懿轩认为。

中国商业经济学会理事、北京京商流通战略研究院院长赖阳在接受《证券日报》记者采访时表示:“生鲜的物流成本较高、损耗率高,电商在存储、展示陈列、销售的过程中,都会出现高消耗,这是生鲜电商发展的难点,也使它们很难盈利。不过,随着物流技术的发展,单位成本的下降,生物物流效率提高,损耗减少,电商平台发展更有后劲。”

他认为:“生鲜电商仍有较好的市场前景,增长空间可观。上市会成为一个关键节点,市场竞争将更为明朗化。”



生鲜电商 资本热后需冷静

■贾丽

当下,生鲜电商无疑是最为拥挤的赛道。前景广阔却竞争残酷,不断有人进入,也不断有人离场,还有的为了“续命”在不断“挣扎”。

这个市场还没有形成真正的霸主,不高的门槛,给了众多进入者和跨界者生存和发展的机会,但也在无形中加剧了竞争。各家都在迅速扩张攻城掠地,以抢占先机 and 更多的市场份额。

这是一个大多时候看天吃饭的市场,疫情背景下,生鲜电商经历了起起伏伏。

这是一个正在由“风口”成为“刀口”的市场。一边是不吝补贴吸引流量,一边是亏损加大。经历了几年的内耗,很多生鲜电商甚至已经过上了“刀口舔血”的日子。

在行业的竞争下,各大平台的扩张还能持续多久?谁又能真正坐稳“生鲜电商第一股”之位?

在行业的发展过程中,资本给予了极大的热情。疫情背景下,资本对于生鲜电商的关注度变高,仅今年以来生鲜电商领域已发生了十余起融资

事件,融资总额超百亿元。但这也无形中推高了估值,泡沫已悄然形成。

目前看,资本虽然在投资标的的选择上不算盲目,但单项投资额较高,需要冷静。

随着每日优鲜和叮咚买菜选择赴美上市,其披露的招股书中,一个个逐渐凸显的问题如同利刃般戳向生鲜电商领域越来越大的增长“泡沫”——快速烧钱、亏损扩大、尚未跑通盈利渠道。

泡沫还来自对平台和需求的高估,毕竟生鲜电商近两年间的发展,与特殊时期的环境及低价补贴的影响有着较大关联,还未看到电商平台真正的“实力”。谁可以率先从“盈利难”的泥沼里“跑出来”,仍需拭目以待。

资本应该是助跑器,而不应该是唯一助力。对于生鲜电商而言,终究要明白,早期资本带来的光环是短暂的,能否守住阵地取得长足发展,关键还是要看自己是否拥有足够的造血能力,能否靠自身高效运营获取回报,建立可持续发展的模式。当下,生鲜电商只有承认前期探索中的失败,适当调整战线,升级效率更高的模式,才能获得长足的发展。