

比亚迪2021年营收创历史新高 正积极布局产业链上下游

■本报记者 李春莲
见习记者 李显丞

3月29日晚间,比亚迪发布2021年年报显示,公司实现营收2161.42亿元,创历史新高,同比增速为38.02%,其中汽车业务营收达到1124.89亿元,同比增长33.93%;实现归母净利润30.45亿元;实现经营活动产生的现金流量净额为654.67亿元,同比增长44.22%。

在经历2019年、2020年的销量下滑之后,比亚迪逆势而上,拿下2021年中国新能源汽车销量冠军。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔在接受《证券日报》记者采访时表示,作为国内最早生产新能源汽车的企业,比亚迪积累的产业链上下游资源最多,经验最丰富,成本控制得当,在经历阵痛之后最终迎来厚积薄发。

比亚迪汽车业务板块收入的

高增长在意料之中。根据其披露的产销快报,按批发口径,2021年比亚迪销售新能源汽车60.38万辆,较2020年增长218.30%,成功突破60万辆大关;其中新能源乘用车为59.37万辆,同比增长231.60%。

比亚迪的高速成长离不开中国新能源汽车渗透率快速提升的大背景。根据中汽协统计,2021年,中国新能源汽车产销分别完成354.5万辆和352.1万辆,同比均增长1.6倍,市场占有率达到13.4%,高于2020年8个百分点。

在过去这一年,外界也看到了一个更加开放的比亚迪。刀片电池外供加速,朋友圈不断扩大,比亚迪董事长王传福公开宣称:“未来大家将能见到刀片电池陆续搭载在国内外各主流品牌的新能源汽车上;比亚迪半导体则正式走上分拆上市之路,2022年1月下旬首发过会。”

“比亚迪作为一家车企,自己

● 3月29日晚间, 比亚迪发布2021年年报。

● 2021年公司实现营收2161.42亿元, 其中汽车业务营收达到1124.89亿元; 实现归母净利润30.45亿元; 实现经营活动产生的现金流量净额654.67亿元

能生产IGBT芯片,有自己的电池生产研发能力,这在全球范围内都是独一无二的。”张翔认为。

在营收快速增长的同时,比亚迪也面临一定挑战。从盈利能力上

看,2021年比亚迪实现归母净利润30.45亿元,同比下降28.08%,毛利率为13.02%,同比下降6.36个百分点。

为了解消成本压力,比亚迪近期动作频频,例如拟入股上游锂盐

企业、发布终端涨价通知等。比亚迪在回答投资者提问时表示,公司正积极布局产业链上下游并进行供应链安全保障以应对市场波动,满足消费者对公司产品的需求。

长城汽车2021年营收净利双增长 新能源车销量增长137.29%

■本报记者 李春莲
见习记者 张晓玉

3月29日晚间,长城汽车披露2021年度业绩报告。公司2021年实现营业收入1364.05亿元,同比增长32.04%;实现归属于上市公司股东的净利润67.26亿元,同比增长25.43%;实现归属于上市公司股东的扣非净利润42.03亿元,同比增长9.55%。

距股权激励目标一步之遥

根据中汽协数据显示,2021年中国乘用车销量2148.2万辆,增长6.5%。年报显示,长城汽车2021

年全年累计销量约128.1万辆,同比增长14.79%。

值得一提的是,尽管长城汽车净利润与销量均保持了两位数增长,但与股权激励计划中制定的考核目标还有一定差距。根据长城汽车第二期股权激励计划,2021年-2023年,公司销量考核目标分别为149万辆、190万辆、280万辆,净利润考核目标分别为68亿元、82亿元、115亿元。从当前业绩和销量来看,实际完成度分别为86.0%与99.7%。

IPG中国首席经济学家柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示:“长城汽车去年股权激励完成情况在数据上看并未达到预期,但是在整个行业增长乏力的情况

下,长城汽车超常增长已属难能可贵。长城汽车第二期股权激励目标的汽车销量增速指标都相对较高,完成压力和难度不小,但是以长城汽车目前销量的实际增速来看也未必不能达成。”

新能源车成发展重点

根据乘联会数据显示,2021年1月-12月国内新能源汽车零售量达到289.9万辆,同比增长169.1%。随着新能源汽车市场的不断升温,2021年自主品牌厂商纷纷把新能源汽车列为发展重点,并陆续公布2025战略目标。

2021年7月份长城汽车发布

2025战略目标,公司将在2025年实现全球年销售400万辆的目标,其中新能源汽车占比达到80%,营业收入将超过6000亿元;吉利汽车称将在2025年实现365万台的销量目标,其中新能源整体销量占比将超过40%;广汽集团2025年整车销量将达到350万辆,其中新能源车销量占比超25%,其中自主品牌销量100万辆,新能源占比50%。

根据长城汽车年报显示,公司2021年新能源汽车销量达到13.91万辆,同比增长137.29%,占总销量的10.86%,实现收入110.98亿元。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔在接受记者采访时谈道:“各大车企

纷纷布局新能源汽车行业,一是因为有关双积分的法规越来越严格,导致传统车企生产燃油汽车的成本很高,新能源汽车积分可做抵消;二是以后要对车企进行碳排放考核,企业需要购买碳排放额度,新能源汽车可以抵扣碳排放额度;三是我国油耗法规提出乘用车的CAFC值(企业平均油耗)将从2010年的8.2升/百公里降至2020年的5升/百公里,2025年将进一步降至4升/百公里,车企发展新能源将有助于降低企业燃油消耗;四是新能源成为投资行业的一个热点,布局新能源汽车的相关企业容易获得资本的支持,从而获得更多的资源进行研发、生产以及扩充产能。”

呷哺呷哺去年亏损近3亿元 凑凑或成业绩增长新引擎

■本报记者 许洁
见习记者 王君

3月28日晚间,呷哺呷哺发布2021年业绩报告。报告期内,呷哺呷哺实现营收61.47亿元,同比增长12.69%;归属股东净亏损2.93亿元,而2020年则是盈利184万元。

事实上,上市以来,呷哺呷哺营业收入基本保持了连年高增长,从2014年的22.02亿元一路上扬到2021年的61.47亿元以上,7年间增长2.8倍,年均业绩增幅达到15.7%。国家统计局的数据显示,过去7年间全国餐饮行业总收入平均增幅只有7.7%。

不过高营收并没有带来高盈利,对于由盈转亏,呷哺呷哺方面称,系关闭亏损门店造成的一次性

亏损,以及部分餐厅受疫情影响无法充分经营导致。

大调整从高管蔓延至门店

2021年内,呷哺呷哺集团旗下凑凑和呷哺呷哺两大品牌CEO相继因离职、被辞任而重新归位创始人贺光启,随后贺光启推出了“五大革新战略”,包括关闭呷哺呷哺200多家亏损门店及品牌回归大众消费路线。

彼时,贺光启对《证券日报》记者表示,新开200家门店非常难,成本很高,但这是公司“断臂止血”、精心盘点后做出的决定,为的是持久的经营,不仅要为公司和员工负责,也要为投资者负责。

有分析人士对《证券日报》记

者表示,餐饮行业普遍受到新冠肺炎疫情影响,尤其对到店要求较高的呷哺呷哺、海底捞等火锅品牌而言,出现亏损很正常。关闭亏损门店会造成一定的非经营性亏损,但有利于企业轻装前进,为未来赢得更大的发展空间。

值得注意的是,关闭亏损门店的同时,呷哺呷哺去年还新增52家呷哺呷哺餐厅和43家凑凑餐厅。

为何“一边关店,一边开店”?对此,呷哺呷哺方面对《证券日报》记者表示,一方面,呷哺呷哺选择“断臂止血”关闭亏损餐厅后重新出发;另一方面,餐饮行业受疫情影响严重,甚至出现了重新洗牌的局面,在“危”的情况下也要看见和抓住“机遇”,在好的商业地段继续保持扩张战略,因此新开设了95家

餐厅。

据介绍,关闭的229家餐厅员工并未主动裁员,而是根据不同岗位调整到相应门店。自疫情以来,呷哺集团从未因疫情或关店而裁员。

股价走上“下坡路”

今年以来,呷哺集团启动“东扩南进”的发展战略,并设立京沪双总部。同时,上线四大数字化系统,包含集团会员整合系统、供应链智慧系统、门店选址智慧系统,以及营运管理数字化系统,通过数字化引领集团发展。

事实上,呷哺集团旗下品牌凑凑延续了一直以来的优异表现。2021年,凑凑在一、二、三线城市持续扩张开店,并重点攻取二、三线

城市市场,取得了很好的经营收益。从分地区经营数据看,凑凑二线城市门店的总收入已经超过一线城市,成为业绩增长的新引擎。

尽管单一品牌发展较好,但经《证券日报》记者梳理后发现,总体来看,呷哺呷哺集团的股价和市值开始走“下坡路”。2021年内,公司股价从最高点26.912港元/股,跌至2021年年末的6.09港元/股,市值相应从292.30亿港元跌至66.15亿港元,蒸发77.4%;直至本次年报发布后的第一个交易日结束,股价跌至3.85港元/股。至此,市值从2021年的最高点缩水超85%,市值降至41.81亿港元,蒸发了250.49亿港元。

截至3月29日收盘,呷哺呷哺股价微涨2.94%,报收3.85港元/股。

多家果链上市公司市值缩水 仍需降低对苹果业绩依赖

■本报记者 谢若琳 张敏

3月29日,苹果产业链多家上市公司二级市场股价下挫,导致市值缩水。其中,北坡股份、歌尔股份、立讯精密、闻泰科技、共达电声、蓝特光学、精研科技等公司跌幅超5%。

在业内看来,这或是受苹果对iPhone SE和AirPods砍单的传言影响。私募排排网旗下融智投资研究员彭荣辉在接受《证券日报》记者采访时表示,AirPods砍单的可能性较大,现阶段消费电子已经进入存量博弈,苹果生态新增用户数减少,同时来自安卓系的竞争也很激烈。若明确砍单,对国内苹果链公司业绩确有负面影响,具体要看苹果在其客户表中占比。

智能手机销量下滑 Air Pods大概率减产

此前有报道称,由于需求弱于预期,苹果计划在下一季度少生产约20%的iPhone SE,或比原定计划少生产约200万至300万台。此外,苹果还将其2022年全年的AirPods无线耳机订单减少了1000多万个,因需求冷淡而缩减库存水平。

中国市场手机销量下滑已有预兆。根据中国信通院数据,2022

年2月份,国内手机市场总体出货量1486.4万部,同比下滑31.7%,环比下滑55%,同比下降主要因去年春季新机提前发布导致同期基数较高所致,环比下降主要因市场需求季节性回落所致。

从品牌层面来看,2月份国产品牌与海外品牌销量双降,其中苹果新机iPhone13系列景气度下滑。从信通院发布销售数据来看,今年以来智能手机出货量呈降低趋势。

达睿咨询创始人马继华对记者表示,疫情未结束、地缘冲突、通胀预期都让整个产业链受损,同时部分工厂无法全线开工,智能手机的产能亦受限,部分元器件或存在短缺情况。在这种情况下,包括苹果在内的手机厂商,都会对产品线做出调整,AirPods减产几乎是必然

的事情。

“砍单”关乎业绩预期 苹果A股小伙伴多方押注

即使在当下,成为苹果供应商亦是对消费电子生产企业实力的一种肯定。同花顺数据显示,截至3月29日,105家苹果概念股总市值已超2万亿元。

随着年报披露季到来,已经有20家苹果概念股发布了2021年年报。数据显示,这20家上市公司营业收入均实现不同程度的增长,17家上市公司实现归属于上市公司股东的净利润同比增长。

在彭荣辉看来,当下的苹果产业链业绩整体比较好,一旦“砍单”将降低未来业绩增长预期。如此看来,“砍单”将对这一产业链的上

下游企业业绩预期产生较大影响。

因为“砍单”,今年1月份,欧菲光发布了业绩预亏的公告。对此,公司解释称,2021年净利润同比降幅较大的主要原因之一是境外特定客户终止采购关系产生的影响;公司与特定客户相关的产品出货量同比大幅度下降。公司承担了与特定客户业务相关的子公司在终止采购关系后所产生的运营成本。

彼时,有媒体报道称,欧菲光被踢出了苹果产业链。欧菲光案例在前,如何降低对苹果的业绩依赖已经成为诸多产业链内上市公司探索的课题。

彭荣辉表示,整体来看,国内苹果产业链企业一直在努力降低对苹果的业绩依赖,包括拓展安卓系客户小米、OPPO、vivo、华为,从消费电子往汽车电子拓展等。

多家有机硅企业业绩喜人 行业迎新一轮扩产周期

■本报记者 吴奕莹 见习记者 郭霁霞

今年3月份以来,润禾材料、硅宝科技、东岳硅材等有机硅相关企业相继披露2021年度报告,业绩均实现大幅增长。

已披露业绩普遍高增长

截至目前,A股有机硅板块(申万三级行业指数分类)共有10家上市公司,其中5家已披露年报,除集泰股份2021年净利润同比下降54.64%外,其余4家公司净利润均呈现上涨,润禾材料、硅宝科技、东岳硅材2021年实现净利润分别为0.93亿元、2.68亿元、11.51亿元,同比分别增加71.71%、33%、309.87%。新安股份2021年实现净利润26.54亿元,同比增长354.56%,增速暂列首位。

其他有机硅上市公司虽还未发布年报,但从披露的业绩预告来看,业绩普遍高增。合盛硅业预计2021年度实现净利润85亿元至87亿元,同比增加505.28%至519.52%;新亚强预计2021年度盈利为3.15亿元至3.25亿元,同比增加100.21%至106.56%。

北京特亿阳光新能源总裁祁海坤在接受《证券日报》记者采访时表示:“有机硅下游产品种类繁多,主要可分为硅橡胶、硅油、硅树脂、功能性硅烷等。从需求端看,有机硅下游应用场景已由最初的国防军工领域逐步扩展到建筑、电力、电子电器、汽车、纺织、个人护理等领域。同时在新能源等政策推动下,新兴应用领域不断涌现,如新能源、光伏、5G通讯、新兴电子、母婴护理等。”

“去年以来,随着全球经济持续复苏,需求增长强劲,尤其是装配式建筑、新能源发电和新能源汽车领域内的需求增加,下游订单明显增加,带动有机硅产品需求大增,从而带动相关公司业绩大幅提升。”祁海坤表示。

硅宝科技在年报中提及,公司与隆基等企业开展深入合作,太阳能光伏用胶大客户数量及采购份额持续增加,打开业绩增长新局面;公司硅烷偶联剂产品作为生产光伏EVA膜的关键助剂,需求旺盛,业绩实现大幅增长。

润禾材料表示,公司净利润较去年同期增长,主要是有机硅深加工产品和纺织印染助剂产品的市场需求增加。

新一轮扩产周期或缓解供需矛盾

中信证券指出,长期来看,除下游传统行业对有机硅原料的需求持续增长外,光伏、新能源等节能环保产业、超高压和特高压电网建设、智能穿戴材料、3D打印及5G等新兴产业的发展均为有机硅提供了新的需求增长点。

以汽车领域为例,随着汽车保有量的增加,维修用胶比例将得到提升;在新能源汽车领域,有机硅胶在动力电池中用于密封、结构粘结、导热、灌封等。受益CTP电池工艺放量,有机硅胶或催生15亿元市场。根据中信证券的测算,预计2025年整个汽车工业的有机硅市场空间将达到40亿元左右。

在此背景下,多数有机硅企业均有不同幅度的扩产计划。例如润禾材料近期拟通过发行可转债募集资金3.1亿元,用于3.5万吨/年有机硅新材料项目(一期)、8000吨/年有机硅密封胶及配套项目、补充流动资金。目前,该申请已获审核通过。合盛硅业则在2021年9月份已宣布两项扩产计划,拟合计76.15亿元投建工业硅和有机硅项目。

此外,东岳硅材30万吨/年有机硅单体及20万吨/年有机硅下游产品深加工项目目前正处于试生产阶段,项目达产后,公司单体产能能达到60万吨/年。

中国化学管理协会乡村振兴建设委员会副秘书长袁帅在接受《证券日报》记者采访时表示:“需求旺季叠加将使得供应进一步偏紧,3月份以来,国内大部分有机硅单体生产企业库存相对处于低位。有机硅单体产能扩张主要还是要以龙头企业为主,这些行业领域龙头企业的扩产产能,有利于缓解国内供需紧张的局面。”

看懂研究院经济学者王赤坤则向《证券日报》记者表示:“整个有机硅行业处于行业成长阶段,供需两旺,其中,终端需求增加,市场处于增量阶段;供给端相关企业根据市场需求在扩产扩能。短期看,因产能释放需要时间,供不应求局面不会立刻缓解。但随着有机硅行业新一轮的扩产周期开启,产能供应增速有望提升,供求关系或将有所改善。”

方大特钢抗疫生产两不误

为实现一季度“开门红”,方大特钢统筹抓好疫情防控和生产经营工作,针对现场生产特点制定疫情防控应急预案,采购、营销部门对中高风险疫情区域方向的业务进行排查梳理,综合外部疫情管控信息,系统分析对公司的影响,并制定切实有效的应对措施。

目前,公司按年初制定的目标组织生产,产能利用率处于较高水平。下图为方大特钢轧钢厂优特钢生产线工作人员正检查螺纹钢产品质量。

(罗霞/文 张宇亮/图)(CIS)



本版主编 姜楠 责任编辑 柳 制作 董春云 E-mail:zmxz@zqrb.net 电话 010-83251785