

旅游行业上半年依旧赚钱难 上市公司积极“蓄能”谋变

■本报记者 殷高峰

对于大部分旅游企业来说,今年上半年的成绩依旧不理想。

8月18日,曲江文旅披露的2022年半年报显示,公司上半年实现营业收入4.49亿元,同比下降28.87%;净亏8513.59万元。

“对目前已披露的旅游类上市公司的半年报与业绩预告看,上半年旅游类上市公司的业绩几乎全部亏损。”万联证券投资顾问屈放在接受《证券日报》记者采访时表示,这主要是疫情等因素的影响。同时,和旅游相关的酒店餐饮类企业也面临较大的业绩压力。

“对于旅游类企业来说,在行业低谷期,也是企业加速创新和转型的好时机,企业要积极谋划储备优质文旅产品,为市场恢复正常后的发展蓄势。”陕西社科院文化旅游研究中心主任张燕对《证券日报》记者表示。

旅游企业业绩“惨淡”

对于旅游企业来说,今年上半年

年的业绩可以用“惨淡”来形容。

《证券日报》记者梳理发现,曲江文旅之外,西安旅游亏损5397.93万元;丽江股份亏损5341.97万元;九华旅游亏损3292.30万元;众信旅游预计亏损7500万元至1亿元;ST凯撒预计亏损1.3亿元至1.6亿元;黄山旅游预计亏损1.5亿元至2.15亿元……

“旅游类上市公司出现亏损的原因,不仅仅是由于疫情导致跨省游客的流动性降低,地方政府常态化管控政策影响也是重要因素。此外,受疫情影响,居民收入不稳定,也降低了一部分人的消费预期。”屈放表示,从旅游细分行业来看,景区旅游首当其冲,大部分旅游景区上市公司2022年上半年游客数量与去年同期相比下降50%以上。

数据显示,2022年上半年,黄山风景区接待进山游客仅有33.36万人,同比下降65.99%;丽江股份三条索道上半年共计接待游客51.45万人次,同比下降61.70%。

中国旅游研究院发布的《2022

年上半年旅游热度报告》显示,2022年上半年旅游热度整体下降,6月份旅游热度回升,游客量恢复至去年同期的60%,成为客流收缩与复苏的分水岭。

“从今年暑期旅游的情况看,旅游业的恢复预期较强。”张燕说,尽管仍有散发疫情的影响,但今年下半年旅游市场的恢复趋势比较明显。

据了解,暑期以来,安徽黄山景区旅游加速复苏。7月份,黄山风景区接待游客235935人,比去年7月份增长19.73%,比今年6月份增长136.27%。其中,7月30日(周六)接待游客17632人,创景区今年单日接待量新高。

“在暑期旅游旺季的带动下,相比于7月初,公司下属各景区游客人数均有明显增长,尤其是公司在7月23日开启‘长安夏微凉——2022曲江文旅消夏节’系列主题活动后,各景区游客人数大幅度增长。”曲江文旅相关负责人表示。

“总体上看,旅游行业仍呈恢

复增长的趋势,预计下半年旅游类

上市公司的业绩相比上半年将有所改善。”屈放表示。

东莞证券也指出,下半年旅游出行修复趋势不改。

企业积极谋变

“事实上,对于旅游类企业来说,此时可通过做好人才储备、资源储备、产品创新、战略转型等工作,为后疫情时代的发展奠定基础。”张燕表示。

据《证券日报》记者了解,已有不少旅游类企业积极谋变,修炼内功。

比如,今年上半年,曲江文旅对各子分公司同质化的经营资源、酒店资源、演艺资源等进行整合,设立战略发展中心、演艺管理中心、景区运营管理中心、品牌营销中心等四大中心,建立市场化管理机制,不断强化核心业务运营能力,为获取增量资源赋能。同时,曲江文旅还不断加快“走出去”的步伐,持续推进文化旅游各产业板块紧跟集团战略全面出击、寻求合作,推动景区运营、文化旅游演出、

节庆活动等品牌走出西安。

据了解,曲江文旅控股子公司温州雁荡山曲文化旅游发展有限公司目前在国家级风景名胜区雁荡山的项目持续推进中,公司还积极与大同古城街区、烟台芝罘区改造、温州乐清北大街提升改造等项目合作。公司通过多方位产业布局,实现核心运营管理能力输出,进一步扩大主营业务。

《证券日报》记者从西安旅游获悉,西安旅游积极推动旅行社板块转型升级,整合公司产业发展要素及旅游资源,打造多元化文旅融合项目。同时以智旅分公司为公司创新业务孵化平台,设立“西旅研学事业部”,统筹西安海外、西安中旅2家研学业务部门,持续做大西旅研学品牌。

“旅游类企业加速转型升级,推出更加符合当前实际情况的新项目的同时,还要加强成本控制,做好长期稳健经营的策略。此外,行业低谷期也恰是兼并重组的好时机,一些企业可加快内部兼并重组的步伐。”屈放表示。

普邦股份上半年亏逾6000万元 内外因素致业绩受挫

■本报记者 李昱丞 见习记者 李雯珊

8月18日,普邦股份发布的2022年半年报显示,公司营业收入约9.28亿元,同比减少19.65%;归属于上市公司股东的净利润亏损约6138万元,同比由盈转亏。

“受宏观经济下行压力、融资环境收紧、房地产行业形势严峻等因素影响,公司环保业务收缩导致收入大幅下滑,园林景观业务收入也有一定程度的减少。在市场环境、行业竞争等多方面压力下,盈利空间受到进一步压缩。受新冠疫情反复的影响,参股的境外公司业绩持续下滑,上述原因共同导致公司业绩出现变动。”普邦股份董秘办相关人士对《证券日报》记者表示。

上半年业绩亏损逾6000万元

公开资料显示,普邦股份是一家从事园林规划设计、园林工程建设、生态环境建设与运营、苗木种

养、绿化养护等业务的大型民营股份制企业。2022年上半年,从细分行业业务类型来看,公司园林景观类营收为9.1亿元,占总营收比例为98.13%;环保类营收为1732万元,占总营收比例为1.87%。从分产品类型来看,住宅景观的营收为7.42亿元,毛利率为8.05%,市政景观的营收为1.23亿元,毛利率为-13.81%。

“当前,园林施工行业竞争不断加剧,房地产园林施工业务拓展难度加大,市政园林施工项目开拓放缓,整体新签订单量不及预期。园林行业的上市公司在上半年的业绩情况普遍表现欠佳,不少公司出现了较大的亏损。”锦华基金总经理秦若涵对《证券日报》记者表示。

据了解,普邦股份去年上半年净利润为916.6万元,2022年上半年业绩亏损6000万元。

业绩亏损对于普邦股份而言并不是新鲜事。Wind数据显示,2019年至2021年,普邦股份营业收入分别为30.91亿元、25.41亿元、27.97亿元,归属母公司股东的净利润分别为-10.46亿元、-2.16亿元、-6.36亿元。

对于公司连续三年净利润亏损,普邦股份在互动易表示,“计提信用减值损失及资产减值损失对净利润影响较大”。公告显示,2019年至2021年,普邦股份计提资产减值准备分别为10.57亿元、3.01亿元、6.71亿元。

园林类景观业务增长乏力

实际上,近三年来普邦股份主营业务园林景观一直增长乏力。Wind数据显示,2019年至2021年,公司园林景观年营收分别为24.93亿元、23.95亿元、26.29亿元。2022年上半年,普邦股份的园林景观营收仅为9.1亿元。

“其实从2021年的财务数据就可以看到公司业绩发展有下降的趋势。今年下半年,公司将积极布局城市运营板块业务,公司业绩持续增长可期。”上述普邦股份董秘办人士说。

普邦股份半年报显示,公司城市运营的营收为2354万元,占总营收的比例为2.54%,同比上涨46.73%;度假景观的营收为2148万元,占总营收的比例为2.31%,同比上涨62.79%。截至2022年上半年,普邦股份的应收账款约为13.4亿元,占总资产比例为23.54%,合同资产为11.65亿元,占总资产比例为20.4%。

公开资料显示,此前普邦股份多个项目进展存在困难。去年,普邦股份郑州市高新区市政绿化PPP项目中的269个项目因土地征迁、场地交付及规划变更等原因短期内无法实施,公司已正协商项目甩项事宜。公司在马来西亚的6个已完工的境外项目也存在未结算的情况,项目总金额2720.37万元。

本版责任编辑 袁编白杨 制作王敬涛

E-mail:zmxz@zqrb.net 电话010-83251785

智能驾驶新引擎持续发力 德赛西威上半年营收增长56.93%

■本报记者 李昱丞

见习记者 张军兵

8月18日晚间,汽车电子龙头德赛西威发布2022年半年报。在新冠疫情冲击、芯片短缺、原材料涨价的压力下,公司上半年实现营业收入64.07亿元,同比增长56.93%;归属于上市公司股东的净利润5.21亿元,同比增长40.96%。

德赛西威表示,公司营业收入规模持续高速增长主要得益于智能驾驶产品、智能座舱产品业务规模、单车配置价值的快速增长,以及新客户、新项目落地后销量的快速爬坡。报告期内,公司智能座舱、智能

驾驶、网联服务三大主营业务营收分别为52.44亿元、8.63亿元、3亿元,分别实现同比增长57.11%、51.17%、72.47%。其中,智能座舱毛利率为21.57%,同比下滑3.82%;智能驾驶毛利率为23.16%,同比上升4.11%。

资料显示,德赛西威是国内智能座舱细分领域的龙头企业,也是目前国内少数有能力量产座舱域控制器的一级汽车供应商(Tier1)之一。公司2016年开始布局智能驾驶领域,2021年公司智能驾驶业务销售额同比增长了近100%,该业务也逐渐成为市场关注的公司新引擎。

在自动驾驶业务方面,德赛西

威主要以IPU01-IPU04代自动驾驶域控制器、传感器和ADAS产品为主,而公司自动驾驶域控制器目前在业内量产规模最大,位于行业龙头水平。报告期内,公司表示全主动泊车、360度高清环视等ADAS产品销量持续提升;面向更大规模市场空间、基于全面技术优势与融合高低速场景的自动驾驶辅助系统即将量产;可实现更高级别功能的高级自动驾驶域控制器产品已累计获得超过10家主流车企的项目定点,并已进入量产规模爬坡期。

ICVTank数据显示,2019年全球ADAS域控制器市场规模仅为0.4亿美元,2025年市场总规模将约为19.8

亿美元,CAGR达91.6%,自动驾驶域控制器会随着自动驾驶等级以及渗透率的提升市场规模不断扩张。

财通证券分析师杨焯认为,德赛西威当下的竞争护城河包括两个方面,一方面,德赛西威为英伟达全球六家Tier1合作伙伴中的唯大陆厂商,公司拥有业内顶尖的算力芯片,随着业内标杆项目不断落地,公司先发优势明显;另一方面,“摩尔定律”在汽车行业初显的背景下,车载芯片迭代加速的同时进一步提升了产业的进入壁垒。

“德赛西威目前正处于汽车智能化行业整体爆发的发展阶段,无论是自动驾驶还是智能座舱业务,

未来增长空间都非常可期;其次,作为Tier1厂商,公司会更受益于当下新能源带来的国产替代红利,业务增长韧性更强。”潮电智库董事长孙燕对《证券日报》记者表示。

锦华基金总经理秦若涵对《证券日报》记者表示,“德赛西威未来的发展空间是围绕汽车智能化产业链上下游的硬件制作和服务进行纵向延伸,包括从设备制造到智能驾驶和网联服务。德赛西威凭借多年技术研发积累和客户积淀,会拥有更强的产业上下游整合能力,此后随着公司产品平台化的打造,发挥规模效应,提高公司对供应商和客户的议价能力。”

总投资22.34亿元!

新筑股份500MW光伏发电项目落户四川雅江

■本报记者 蒙婷婷

2022年最大单体规模光伏电站落户四川省甘孜州雅江县。

8月18日,新筑股份董事会秘书张杨在接受《证券日报》记者独家采访时表示,“甘孜州雅江县500MW光伏发电项目是公司重组取得晟天新能源控制权后,晟天新能源新建单体规模最大的光伏发电项目。此次投资的光伏发电

项目开发、建设、运营也将由晟天新能源负责。”

新筑股份曾于8月16日晚间公告,其控股子公司晟天新能源受邀参与甘孜州2022-2024年度光伏资源开发项目法人优选工作,中选甘孜州雅江县红星“1+N”II标段项目(以下简称“雅江项目”),拟22.34亿元投资建设雅江项目,项目规模达500MW。

目前,晟天新能源已投运光伏

电站装机容量471.38MW,在建光伏电站装机容量160MW。

“此次项目建设选址在四川光伏资源丰富甘孜州,也是公司积极响应四川省政府加快建设绿色低碳优势产业政策指引的体现。”张杨表示。

据《证券日报》记者不完全统计,年内超过13家A股上市公司对外公告,宣布投资新建光伏发电项目,其中有4家公司拟建设的光伏

发电项目装机容量超过100MW,分别是晶科科技、北元集团、华银电力和此次的新筑股份。

具体来看,晶科科技拟投资13.25亿元在沙特阿拉伯首都利雅得以东约85公里的Saad地区建设沙特阿拉伯300MW光伏发电项目;北元集团拟投资15亿元在陕西省榆林市锦界镇袁村建设300MW光伏发电项目;华银电力拟投资10.83亿元在湖南省娄底市冷水江市建设200MW

光伏发电项目。而此次新筑股份拟投资建设的甘孜州雅江县500MW光伏发电项目,或为2022年新投资建设的单体规模最大的光伏电站。

新筑股份表示,此次投资是为了抢抓四川省光伏资源,进一步扩大公司光伏发电业务装机规模,增强盈利能力和核心竞争力。未来,公司将以光伏发电为核心,迅速提升装机规模,将公司光伏发电板块做大做强,打造成公司新的利润增长点。

吉利汽车上半年新能源车销量增长398% 加快迈入新能源车企领军行列

8月18日,吉利汽车(0175.HK)披露2022年中期业绩,上半年,吉利汽车实现营业收入582亿元,同比增长29%,乘用车销量61.38万辆,稳居自主品牌销量前三。颇为亮眼的是,新能源车销量同比增长398%,增幅位居行业前列,新能源渗透率增加了14.4个百分点至17.9%。

回顾上半年,汽车行业在缺芯与疫情的双重打击下负重前行。据中汽协发布的数据,上半年汽车产销量分别为1211.7万辆和1205.7万辆,同比分别下滑3.7%和6.6%。

在内外部压力之下,吉利汽车依旧稳健迈向新能源化全面转型的步伐,让业内再次认识到其产业链韧性。在全面向新的加速发展期,吉利汽车方面给出的目标是:下半年实现单月新能源销量占比30%以上,到2023年,通过完善产品布局实现新能源单月销量占比达到50%以上,跻身新能源车企领军行列。

产品结构优化 新能源渗透率提升

新能源汽车市场已成为行业内必争之地。相比于造车新势力,传统车企的造车工艺、管理架构、产业链布局 and 规模化优势都在助力企业在新能源的赛道上奋起直追。

面对大趋势,吉利汽车正在迎头赶上。目前,吉利旗下新能源矩阵覆盖纯电、混动、换电、甲醇等多路径,拥

有吉利、几何、领克、极氪、睿蓝品牌,各大品牌的智能电动化发展进程不断优化着集团的产品结构,提升新能源车在总销量中的占比,更成为吉利汽车向新能源转型的重要助推力。

其中,重新梳理并明确定位为大众化的“时尚智能纯电系列”后,几何品牌销售增长强劲,在上半年实现了293%的快速增长,上半年累计销量达到5.45万辆,成为集团新能源销量上涨的中坚力量。据吉利汽车方面消息,几何还将继续加强To C端的营销,带来更符合大众化智能纯电需求的产品,将首度联合华为鸿蒙打造“数智座舱”,年内就将推出全新一代几何车型C6和IM6。

紧抓混动市场增长需求,日前,领克发布了领克智能电混Lynk E-Motive技术品牌,E-Motive油电混动版本正式上线。领克品牌正积极塑造“新能源”标签,快速推进主力产品电气化全覆盖。据计划,到2023年底,领克电气化占比将达到60%以上。2024年以后,领克品牌每年至少推出两款新能源车型,预计到2025年,领克将全面实现电气化。

随着雷神混动技术加速落地完善,系列车型销量持续上涨,据悉,下半年还将有多款雷神混动车型上市,车企的渗透率持续提升,成为布局在新能源领域实现跨越式发展的有力证

明。上半年,吉利汽车新能源渗透率提升至17.9%,另据公司近日披露的7月份销售数据显示,今年7月份,吉利汽车单月新能源渗透率26.1%,创下新高。

持续品牌向上 极氪高端化再突破

随着转型升级步伐的加快,产品结构进一步优化,上半年,吉利汽车总平均单车销售收入同比提升21.1%,品牌溢价和高价值助力品牌不断向上。切合了市场消费升级的需求,以“中国星”为代表的低价值产品表现优异,上半年“中国星”实现总体销量10.6万辆,占到吉利汽车品牌整体销量的23.9%,同比增长10.3%。截至6月底累计销量超39万辆,单车平均售价已成功打入合资竞争圈。

定位竞争一线外资品牌,覆盖中高端市场的领克,产品正在创造中国高端汽车品牌价值新高度,领克09作为吉利旗下SPA平台上第一款大型SUV,首次进入30万元价格带。据市场观察,领克品牌的用户有72%来自合资和豪华品牌,品牌影响力已经成为用户购买的第一驱动力。2022年1月份-6月份,领克产品的平均加权价达到了15.2万元;截至2022年7月份,领克累计销量超74万辆。

去年年底,吉利汽车持有极氪股比提升至58.31%,彼时已彰显了吉利汽车抢占全球高端电动汽车行业份额的决心。

在产品力的加持下,上半年,极氪完成交付19013辆,创下高端智能纯电品牌交付最快速度,平均大订单金额超过33.5万元。随着交付的提速与产品体验的进化,极氪的用户生态体系也在蓬勃发展,截至7月31日,极氪自建充电站已建成396座,完成全年600座目标的66%。

根据极氪的战略,公司布局智能纯电电动汽车及其上下游产业链,通过数字化、智能化服务进一步提升使用者体验和客户满意度。另外,据目前的业务计划,极氪首款豪华纯电MPV极氪009也即将正式发布上市,旨在进一步提升全球高端电动汽车行业的市场份额,预计今年第四季度有望实现品牌单月交付量突破1万台,预期未来还将进一步为吉利汽车提供增长动力。

全球化进程推进 彰显海外本土化能力

当前,全球宏观经济走向存在不确定性。吉利汽车充分发挥体系化、规模化、全球化的优势,上半年实现出口销量8.8万辆,再创新高,同比增长64%,位居行业第四,较去年全年提升了一位。

在市场开拓上,品牌指向清晰,领克深耕欧洲、亚太,吉利品牌加快欧洲、澳新、南美新市场拓展,入股雷诺韩国汽车与其携手共同开发韩国市场,几何纯电挖掘欧洲及东南亚市场。各车型出口表现方面,上半年,几

何C以21.7%的市占率,位居以色列纯电市场销量榜首;Coolray(缤越)在菲律宾、沙特、卡塔尔、科威特等地长期占据细分市场销量前三,全球累计销量超过50万台。2022年5月份,3253台吉利新能源车以包船形式发往中东市场,创造吉利汽车近10年来最大单次出货量记录。

作为全球新高端品牌,领克直接参与全球汽车产业的格局重塑,在海外市场迈出行服务商转型的关键步伐。领克上半年在欧洲累计交付1.09万辆(销量+订閲量),同比增长398.9%。领克所展现出的全球化高度,正是吉利汽车在参与全球竞争中采用战略的缩影,更彰显了吉利汽车在全球

市场竞争中卓越的本土化能力。事实上,在“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”的新时期,吉利汽车改变了单纯以贸易为主导的海外业务模式,通过品牌、产品、供应链、工厂的国际化布局,加强了端到端的海外本土化能力,以更强有力的优势参与到全球化中,并且成效斐然。

吉利汽车方面表示,下半年,吉利品牌将聚焦中东、亚太、拉美等主力市场;宝腾品牌辐射东南亚市场,加快研究泰国、越南等新兴国家市场,将进一步搭建全球数字化体系,确保产品安全合规,以数字化赋能国际化,全面推动吉利的全球化进程。(CIS)



极氪001