

比亚迪澄清上调售价传闻：不实信息！

■本报记者 李昱丞

9月5日，一份疑似比亚迪内部通知在网络上传播。通知显示，因原材料价格大幅上涨以及新能源车补贴退坡等影响，比亚迪汽车将对王朝网和海洋网相关新能源车型的官方指导价进行调整，上调幅度达6000元至10000元不等。

对于这一消息，比亚迪内部人士当日向《证券日报》记者澄清：“公司内部确认这一涨价消息为不实信息。”

记者注意到，比亚迪汽车品牌及公关事业部总经理李云飞已公开在微博辟谣：网传比亚迪将上调售价为不实信息，将对造谣源头追究法律责任。

年内历经两轮涨价 8月份销售超17万辆

年初至今，比亚迪旗下车型已两次提价。其中，1月21日，比亚迪旗下新能源车官方指导价上调幅度为1000元至7000元不等；3月15日，比亚迪宣布，自3月16日零时起对王朝网和海洋网相关新能源车型的官方指导价进行调整，上调幅度为3000元至6000元不等。

“对于比亚迪、特斯拉等畅销车来说，只要尺度掌握好，适度涨价可以增加车企竞争力和品牌价值；另一方面也能增加利润，缓解原材料成本上涨压力。”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。

尽管年内有过两轮涨价，比亚迪新能源汽车销售仍快速放量。根据公司最近公布的产销快报，8月份公司销

9月5日

网传比亚迪将上调相关新能源车型官方指导价

当日，比亚迪内部人士向《证券日报》记者澄清：

涨价消息不实



崔建岐/制图

售新能源车乘用车173977辆，同比增长187.53%，连续6个月月销超过10万辆，其中，纯电车型和插电车型分别销售82678辆、91299辆，分别同比增长172.13%、203.06%。今年前8个月，公司累计销售新能源车974348辆，接近百万辆级别，同比增长273.63%。

巴菲特继续减持 王传福现身电话会议

“提价”，一直在比亚迪的“工具

箱”里。在比亚迪8月30日举行的投资者电话会议中，面对投资者对盈利能力的提问，比亚迪回答称，“应对市场火爆的需求，公司积极提升产能，单月销量持续提升，规模效应凸显，发挥应用垂直整合优势同时进行合理的价格调整，一定程度上消化盈利压力。”

也是在这次电话会议中，比亚迪董事长王传福罕见现身，颇有为公司“撑腰”的意味。9月1日，伯克希尔哈撒韦再度减持比亚迪H股171.60万股，持有H股降至2.07亿股，

持H股比例降至18.87%。对此，比亚迪回应称“不用过度解读，公司经营一切正常。”

在上述电话会议中，比亚迪坚定地表达了对行业前景的看好。比亚迪方面介绍，新能源汽车增长势头不可阻挡，消费者对新能源车电动车或插电混动越来越认可，这从最近的车展就能看出来。此外，比亚迪方面还表示，公司插混和纯电两条腿走路，在技术、成本、产能布局等方面均有明显优势。

消费类锂电池赛道添“海归” 豪鹏科技募资近10亿元加码扩产

■本报记者 李昱丞
见习记者 解世豪

闯荡美股十余年后，消费类锂电池企业深圳市豪鹏科技股份有限公司(以下简称“豪鹏科技”)终于“游子归来”。9月5日，豪鹏科技正式在深交所主板挂牌上市，当日报收于75.15元/股。此前，公司曾搭建红筹架构并以“美国豪鹏”为主体在美上市，后于2019年完成私有化退市，此次回A募资近10亿元继续加码消费类锂电池业务方向。

“凭借多年的技术积累和产品研发经验，我们已经获得惠普、索尼、大疆等全球诸多细分领域知名品牌的认可。近年来，公司聚合物软包锂离子电池营收提升迅速，现有产能已无法满足日益增长的市场需求，在一定程度制约业务增长速度。此次发行旨在转移并扩建公司产品线，提升自动化生产水平和生产规模，增强公司可持续发展能力。”豪鹏科技董秘办相关负责人向《证券日报》记者表示。

锂电池业务近三年营收 年均增速26.58%

豪鹏科技前身为成立于2002年10月份的豪鹏有限，设立之初以镍氢电池为主营业务，2003年开始出口并形成以国际市场为核心的业务布局。2008年，公司进入锂离子电池领域，至2021年锂离子电池已成为主要营收来源。招股书显示，2019年至2021年锂电池业务占总营收比重为81.8%、82.81%和81.37%。

豪鹏科技创始人潘党育于2001年开始创业，彼时他抛弃传统的低成本镍镉电池，瞄准可以重复使用的镍氢二次充电电池，主打国际市场，最终得以在镍氢电池混战中胜出。此后，潘党育又主导了公司向锂电池业务转型，并成功将其培育为公司核心营收来源。

得益于此，2019年至2021年，豪鹏科技营业收入分别达到20.71亿元、26.24亿元和33.18亿元，年均复合增速为26.58%。

消费电子比重逐年增加 毛利率存在波动

豪鹏科技现有产品包括聚合物软包锂离子电池、圆柱锂离子电池及镍氢电池。其中，聚合物软包锂离子电池主要应用于笔记本、智能手机、智能家居等消费电子领域，占营收比重最大且比例逐年上升，圆柱锂离子电池主要应用于蓝牙音箱等便携式储能领域，镍氢电池主要应用于照明灯具等领域。

2021年，聚合物软包锂离子电池、圆柱锂离子电池及镍氢电池营收依次为17.94亿元、9.2亿元和15.69亿元，占主营业务收入比重分别为54.64%、28.03%和17.33%。其中，2019年至2021年，聚合物软包锂离子电池占主营业务收入比重持续提升，分别为46.18%、52.74%和54.64%。

数据显示，豪鹏科技锂离子电池毛利率较高，2021年聚合物软包锂离子电池、圆柱锂离子电池毛利率为25.02%、18.60%，显著高于镍氢电池的12.05%。2019年至2021年，锂离子电池分别贡献

毛利4.56亿元、6.55亿元和6.20亿元，占比达84.34%、87.67%、90.05%。

受此影响，2019年至2021年，豪鹏科技分别实现归母净利润1.51亿元、1.67亿元和2.54亿元；净利率达7.27%、6.35%和17.65%。同期，豪鹏科技毛利率分别为26.67%、28.46%和19.27%。

对此，公司表示，近年来上游原材料钴酸锂、碳酸锂价格持续波动，尤其进入2021年以来涨幅较大、持续时间较长，并先后刷新历史新高，影响公司毛利率水平，且存在进一步下降风险。

针对毛利率存在波动的风险，公司董秘办相关负责人表示：“我们将密切跟踪主要原材料市场价格动态走势，并结合供应商原材料的市场价格行情、公司客户长期订单或预测需求、安全库存等情况预判未来的原材料价格走势，合理规划原材料采购计划和库存量，以应对原材料波动导致毛利率继续下滑的风险。”

募资近10亿元加码扩产 满足锂电池新一轮增长

此次豪鹏科技拟募资9.43亿元建设广东豪鹏新能源研发生产基地建设项目和研发中心建设项目，其中8.80亿元拟用于广东豪鹏新能源研发生产基地建设项目(一期)，继续加码扩产消费类锂电池。

上述负责人表示，公司相关产品产能利用率较高，项目建成后将有效解决产能不足与下游市场需求旺盛的矛盾。招股书显示，2021年豪鹏科技的主要产品聚合物软包锂离子电池、

圆柱锂离子电池及镍氢电池的产能利用率为84.22%、92.92%和87.72%，产销率为98.84%、99.97%和97.01%，整体都保持在较高水平。公司预计，募投项目建设成功后，锂电池产能将达5.57亿只/年，镍氢电池产能将达2.82亿只/年。

在豪鹏科技扩产背后，公司押注消费类锂电市场长期发展。从消费类锂电行业下游市场的角度看，智能手机、笔记本电脑、智能穿戴、智能家居等市场规模的持续扩张将引领锂离子电池实现新一轮增长。

国际知名科研机构Omdia数据显示，2019年全球笔记本电脑出货量已达1.72亿台，2020年为2.21亿台，预计2023年将达到2.68亿台，2019年至2023年复合增长率为11.73%。IDC数据显示，2020年全球智能手机出货量为12.92亿部，2021年全年同比增长5.5%。在2020年至2025年预测期内，全球智能手机市场的复合年增长率为3.6%。

可穿戴设备方面，Wind数据显示，2020年全球可穿戴设备出货量4.45亿台，预计2024年出货量将达到6.32亿台。受疫情影响，2020年全球智能家居产品市场消费者支出为440亿美元，随着市场规模的逐渐复苏，预计2025年消费者支出将达到885亿美元。

“消费类锂电池只是相较于近年大热的新能源汽车风口稍显逊色。但这对于消费类锂电池市场来说是件好事，相关企业不会为站上风口而忽视市场需求，盲目投资扩产。”全联并购公会信用管理委员会专家安光勇对《证券日报》记者表示。

我在现场

2022年中国国际服务贸易交易会闭幕 为国内外企业注入信心 推动全球服务贸易高质量发展

■本报记者 吴晓璐

服贸会的最后一天，《证券日报》记者奔赴首钢园和国家会议中心两大展区，采访了多家国内外参展商，而受访参展商普遍向记者表示，此次参展达到或超过了预期目标。记者在采访中也充分感受到，作为中国对外开放的一张名片，服贸会为全球服务贸易恢复发展注入了活力。

服贸会搭台 外国展商满载而归

首次参展的阿联酋是今年服贸会的主宾国，展区主要展示四大板块，分别为航空服务、金融服务、先进制造、文化服务。

在文化服务专区，迪拜丝绸之路博物馆中国区经理江玉峰对《证券日报》记者表示，之所以参加服贸会，更多的是希望通过这一国家级对外开放平台，推广阿联酋文化、旅游类产品和服务，跟企业和政府建立一些联系。“5天中，每天都会收获一些新的人脉和潜在客户，为后期开展更多的活动打下了基础。目前已经有企业初步有意向定制我们的特色手工产品。”

“我们带的展商手册不够用，后续加印了很多。”在意大利展台前，意大利对外贸易委员会北京办事处首席代表张保龙·布鲁诺对记者表示。

菲律宾是第二次参加服贸会，主要展示了四大板块：旅游、农业、投资和贸易。其中，农业板块展示的热带水果受关注度最高。菲律宾驻华使馆农业参赞助理陶京红对《证券日报》记者表示，菲律宾的很多热带水果已经进入中国了，现在正在谈的是榴莲。“这次我们带来了一些新的产品。因为疫情，鲜果类的产品可能受到检验检疫影响，所以我们做成了有包装的罐头以及纸盒装的产品，一些水果做成了水果干。”

“服贸会涉及很多服务和产品，展台之间也会相互走访，可以相互借鉴一些先进的技术、产品。一些国企、跨境电商对我们的产品非常感兴趣，过来咨询合作，我们留了很多联系方式。虽然不可能现场签约，但相信后续推进合作应该会挺顺利的。现在不一定非要线下面对面，通过视频会议对接很便利。”陶京红进一步表示。

“这几天，我们至少接触到了1万人，感受还是很不错的。”日本贸易振兴机构北京代表处副所长草场步对《证券日报》记者表示。日本航空今年是第一次参展服贸会，通过几天的活动，获得了6000多个注册用户。“服贸会参与的人比较多，很多采购商(2B客户)也来参展，据观察，至少有50多家采购商(贸易公司、代理公司)来沟通洽谈。”

据记者了解，算上之前的京交会，日本已连续第八年参加服贸会(前京交会)。谈到连续多年参展的感受，草场步表示，每届活动来的人非常多，对于宣传日本产品、提高知

2022年服贸会达成成果1300余个

新华社北京9月5日电 9月5日，以“服务合作促发展 绿色创新迎未来”为主题的2022年中国国际服务贸易交易会闭幕。在全球疫情依然严峻、世界经济脆弱复苏、国际形势复杂多变的特殊时刻，本届服贸会共达成各类成果1339个，百余项新产品、新技术首发首秀，数量超过上届。

为期6天的服贸会上，参展企业的展示内容精彩纷呈：戴上VR眼镜，握住手柄，就可置身一场足球比赛中；由竹子制作的自行车、排水管等新品琳琅满目；新能源汽车等产品吸引众人目光……

除了引人注目的前沿成果，本届服贸会举办了15.2万平方米的展览展示和128场专题论坛、65场推介洽谈等活动。线下参展企业2400余家，线上参展企业7800余家，累计入场25万余人，数量均超过上届。

“本届服贸会再次宣示了中国扩大高水平对外开放、共促全球服务贸易繁荣发展的信心和决心。”商务部服贸司副司长王志华说。

服贸会执委会办公室副主任、北京市商务局局长丁勇介绍，本届服贸会吸引507家世界500强及行业龙头

企业线下参展，集中展出国产大飞机C919、南沙港全自动化码头沙盘模型等行业领域重大成果。

记者了解到，阿联酋、瑞士等10个国家首次以国家名义设展，以国家或国际组织总部名义设展办会的数量，比上届增加13个，整体国际化率达到20.8%。

今年，爱尔兰食品局、贸易科技局、投资发展局与旅游局在服贸会上齐亮相。“服务业在经济发展中成为日益重要的组成部分，对教育、医疗和减贫等领域来说尤为重要。中国在服务贸易发展方面有很多经验可供他国借鉴。”爱尔兰驻华大使安黛文说。

连续多年参加服贸会的德勤公司带来了10余项最新研发产品。“服贸会的举办有利于世界各国共享中国发展成果，共促世界经济复苏。德勤与众多合作伙伴一起为推进更高水平对外开放汇集‘中国声音’。”德勤中国华北区主管合伙人王拓轩说。

“本届服贸会为各参与方提供了务实的合作平台和巨大的市场机遇。”王志华表示，各方就携手共克时艰、推动全球经济复苏达成重要共识。

(记者 吉宁)

专家预测：8月份CPI同比涨幅温和 PPI同比涨幅将保持回落态势

(上接A1版)

全力做好保供稳价

中秋、国庆佳节将至，猪肉、粮油等民生商品消费进入高峰期，各地纷纷出台保供稳价举措。例如，9月2日，济南市发展改革委组织召开重要民生商品保供稳价工作会议，要求强化市场价格监测预警，提前研判研判价格走势；9月3日，贵阳市市场监管部门高度关注维持人民群众基本生活所必需

的粮、油、肉、蛋、菜等民生商品，加强价格违法行为监管，持续重拳出击，全力维护市场价格秩序稳定。

谈及为进一步稳物价还应采取哪些举措，王青表示，考虑到当前正处于猪周期上行阶段，为避免猪肉价格大幅上涨推动CPI较快上行，各地可以考虑阶段性加大猪肉储备投放力度。同时，未来一段时间也可适度增加猪肉进口规模，缓解国内供需平衡压力。在猪肉价格上涨带动下，CPI可能面临一定结构性上涨压力，不排除9月

份同比涨幅突破3%的可能。这段时期尤其需要强化市场沟通，稳定通胀预期。

PPI方面，王青表示，近期以原油为代表的国际大宗商品价格出现一波下行过程，但未来几个月国际大宗商品价格仍将面临较大波动性，整体上将持续处于偏高水平。为了持续缓解下游小微企业经营压力，助力经济修复，国内煤炭、钢铁等重要工业原材料保供稳价政策力度还需持续加大，有序释放优质产能。

在庞溟看来，全力做好大宗商品保供稳价工作，要完善产供储销体系，持续提升国内资源保障能力和供应安全，稳定国内能源商品和大宗矿产品价格。同时，稳定粮食播种面积和农林畜牧产品产量，尤其是引导行业龙头企业加强自律，合理调整生产结构，有效提高产出品质量，保持正常的生产、供货与投放节奏。此外，发挥储备调节作用和预期管理作用，强化储备调节机制和进出口调节功效，加强期现货市场联动监管。