

格力电器前三季度实现营收1474.89亿元 多元化新兴业务初见成效

■本报记者 李昱丞
见习记者 解世豪

10月30日晚间,格力电器发布2022年前三季度业绩报告称,公司前三季度实现营收1474.89亿元,同比增长6.77%;实现归母净利润183.04亿元,同比增长17%。其中,第三季度营收522.67亿元,同比增长11.01%;实现归母净利润68.38亿元,同比增长10.5%。前三季度基本每股收益3.25元,同比增长19.93%;加权平均净资产收益率为17.94%,同比增长2.92%。

值得注意的是,公司前三季度经营活动产生的现金流量净额为224.59亿元,同比大增247.56%;合计投入研发费用达47.56亿元。“我们会坚持以科技创新为驱动,立足家电行业,把握住智能化、高端化、集成化的家电产品发展趋势。同时稳步拓展多元化新兴业务,积极发展海外电商,多渠道营销提升品牌竞争力。”格力电器相关负责人对《证券日报》记者表示。

渤海证券表示,目前,家电企业处于三季度业绩密集发布期,且行业估值位于底部,配置价值逐步提升。近期上游原材料价格回落显著,随着消费的逐步复苏,相关企业盈利能力有望进一步改善。

相较于美的和海尔,格力电器在前季度的营收规模有些掉队。而受房地产行业情况影响,扩大空调之外的业务版图成为格力电器的当务之急。

在10月27日举行的一场直播活动中,格力电器官方表示,公司正在为特斯拉零部件制造提供装备,同时珠海格力智能装备公司已向全球多家新能源汽车零部件制造企业提供装备支持。

据悉,珠海格力智能装备有限公司是格力旗下智能装备板块的全资子公司,业务覆盖工业机器人、数控机床、智慧物流仓储、工业自动化四大领域,应用于家电、新能源汽车、3C等众多领域。

经过多年的多元化转型经营,此次格力电器正式成为特斯拉的客户,对未来的业务拓展和业绩增长注入新的动力。据前瞻产业研究院预测,未来几年我国智能制造行业将保持15%左右的年均复合增速,到2026年,我国智能制造行业市场规模将达5.8万亿元左右。

格力电器业绩增长的新引擎还有近期大热的空气源热泵产品。机构研报称,在新能源汽车应用领域,热泵空调正在以效率更高、耐低温的性能优势逐步替代传统



空调。格力电器表示,上半年公司的热泵双级增焓压缩机产品技术实现升级,已广泛用于国内、北美、欧盟等地区低温热泵市场,年销量增长达140%。

此前,格力电器在回答投资者

提问时表示,受欧洲天然气短缺影响,公司的热泵热水器在欧洲市场实现了大幅增长。根据产业在线数据显示,今年上半年,国内热泵行业销售规模近72亿元,同比增长29.5%。其中内销市场规模37亿

元,同比增长6.8%;外销市场规模35亿元,同比大幅增长68.2%。根据欧盟热泵协会的预测,到2026年,欧盟热泵市场规模将超过150亿美元,热泵销量较2021年将实现翻倍,超过400万台。

吉林敖东加速谋变精准布局 前三季度实现营收19.13亿元 同比增长19.67%

■本报记者 马宇薇

10月28日晚间,吉林敖东发布的2022年三季报显示,前三季度公司实现营业收入19.13亿元,同比增长19.67%;实现归属于上市公司股东的净利润8.80亿元,实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润9.91亿元。

吉林敖东表示,前三季度,公司及时调整生产计划和生产节奏,不断提高生产综合效力,同时积极探索电商直播等现代销售模式,构建多元化营销模式。此外,公司坚持以市场需求为导向,开展研发与应用协同创新,推进产业化和市场化快速发展。

整合优势盘活发展动能

海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东接受《证券日报》记

者采访时说:“传统中医药企业高质量发展,关键在创新。一是治疗创新,要紧密结合现代科技,在技术手段上与时俱进;二是研究创新,要把中医药理论、人用经验、临床实验有机结合;三是传承创新,建立中医药基础教育和高等教育人才培养体系,形成组织化的学院教育体系。”

吉林敖东地处长白山腹地,具有得天独厚的地域优势,一直以来在大健康领域深耕细作。近年来,吉林敖东在梅花鹿、人参、灵芝等长白山道地药材基地建设上不断加大投入,已经建成260公顷的绿色种植示范基地,资源储备丰富。此外,在种源品质保护、种养殖技术创新、与农户合作经营模式等方面进行了深度研究探索,目前已经具备扩大规模的条件基础。

吉林敖东子公司健康科技相关负责人向《证券日报》记者表

示,“作为吉林敖东大健康业务领域的子公司,健康科技苦练内功。一方面协调整合资源,将疫情对原有线下渠道的影响降至最小;另一方面深耕线上渠道,积极开拓能够与消费者产生直接互动的市场营销方式和产品流通渠道。与此同时,通过线上培训,让员工搭建专业知识体系,提高经营管理水平,使企业发展活力从内部得到质的提升。在此之下,吉林敖东大健康领域产品第三季度销售收入同比增长近3倍。”

吉林敖东表示,第四季度公司将继续在中成药、保健食品、中药配方颗粒、中药饮片炮制加工等方面加大销售和生产经营力度,力争完成全年的生产经营任务和目标。此外,公司将加大科技创新力度和科研投入,传承中医药文化,重视人才引进和培养,加速构建中医药科技创新发展体系,在中成药

赛道上形成差异化竞争优势。

电商直播催化发展增量

“目前,我们正朝着绿色化、产地加工化、精深化、数字化方向发展。电商直播具有及时性、互动性的鲜明特点,是公司产业转型升级、构建核心竞争壁垒的重要路径。直播销售模式的开启,大力推广了公司的产品,拓宽了销售渠道,提高了产品销量和品牌知名度。随着中医药产业化、市场化不断扩大和升级,多元化发展趋势逐渐明显,传统中医药产业与电商直播相结合的发展模式,将进一步巩固公司经营成果,形成新发展业态。”吉林敖东相关负责人向《证券日报》记者如是说。

吉林敖东正在加速构建新兴数字经济与老牌上市药企融合发展格局,开启“数字大健康”时代。不久前,吉林敖东进行了电商直播专

场,20个产品共销售170万件,总销售额达2.59亿元。

在邓之东看来,传统中药企业要树立新经济、新零售理念,抓住直播电商风口,创新营销方式,加大电商直播投入布局,打造专业电商直播团队,建设电商直播营销体系,推进中医药营销升级和产业转型。

邓之东进一步表示,传统药企直播带货要注重常态化、年度化、全域化、矩阵化,构建点、线、面、网立体体系,打造爆款产品,注重功能实效,关注产品设计、市场营销、品牌打造、售后服务等环节,打造从外部供应链到内部运营线的强大承载力。

吉林敖东表示,公司将继续探索电商直播发展模式,围绕消费需求迭代升级产品,用全产业链优势严控产品成本和质量。利用长白山天然药材宝库的优势,增加科技投入,提高产品科技含量,打造电商中医药发展新格局。

银行大额存单 利率下调仍供不应求

专家称,大额存单发行灵活性提升,有助于商业银行提高负债管理能力

■本报记者 彭 妍

9月中旬,存款利率下调之后,大额存单利率虽然也相应下调,但受欢迎程度有所提升。“抢购的客户很多,大额存单一直是供不应求状态。”近日《证券日报》记者走访北京地区多家银行网点时,有客户经理如是表示。

对此,中信证券首席经济学家明明对记者表示,上半年,权益市场波动较大,投资者风险偏好下行。同时,理财净值化转型后,原有的部分客户暂时无法接受较大的净值波动,甚至“破净”,因此转向大额存单。另外,居民消费意愿和企业投资需求不强,因此更偏向储蓄。

大额存单利率进入“3时代”

大额存单作为一项安全稳定、收益较高的银行存款类产品,一直备受投资者青睐。2018年之前,大额存单的增速相对平缓,直到2018年和2019年,在流动性宽松、市场利率持续下滑的背景下,大额存单规模迎来大幅增长。

不过,自2019年以来,监管部门加大了银行存款监管力度,为了顺应监管趋势,银行开始减少大额存单发行数量和下调利率。《证券日报》记者梳理央行近几年数据发现,2017年及以前大额存单发行量较低,2018年至2019年大额存单发行量大幅增长,发行总量分别为9.23万亿元、12.7万亿元,2020年,又回落至9.7万亿元。自2021年以来,大额存单需求数量增加,2021年全年发行总量为11.3万亿元。2022年上半年大额存单发行总量为7.5万亿元,同比增加1.3万亿元。与此同时,在存款利率下调的背景下,大额存单利率逐渐走低。

中国银行研究院博士后杜阳对记者表示,出现上述现象主要有两方面原因:从供给端来看,存款利率下调,银行进行主动负债管理成本降低,提高大额存单发行规模,将有助于提升其服务实体经济能力,为进一步增加信贷投放奠定基础。从需求端来看,今年以来,受国内外一系列因素的影响,国内资本市场波动加剧,部分投资产品收益波动较大,投资者避险情绪升高,包括大额存单在内的“低风险”投资产品更加受到青睐。

尽管大额存单的利率逐渐走低,但仍受投资者的青睐。以北京地区的情况来看,记者走访多家银行网点了解到,大额存单利率在今年9月份下降后,目前保持相对稳定。整体来看,国有大行三年期大额存单利率一般能达到3%左右,股份制银行三年期大额存单利率在3.25%至3.3%之间,城商行同类产品利率在3.25%至3.4%之间。

多位银行客户经理表示,尽管大额存单利率已经连续多次下调,从去年的4%左右降至目前的3%左右,不过,投资者对大额存单的青睐有增无减。某城商行理财经理告诉记者,目前该行3年期大额存单利率已降至3.45%,已经低于3年普通定期存款3.5%的利率水平,仍有投资者选择购买。

“即便大额存单的利率在下调,但并不影响投资者抢购的热情,目前大额存单产品额度显示为‘售罄’。”一位城商行理财经理对记者表示。

有些银行已无大额存单产品发放。某国有大行客户经理称,“目前该行北京分行大额存单已经连续两三个月没有额度,需要等通知,目前没有释放计划。”

《证券日报》记者在多家银行的手机银行App上查询大额存单额度时发现,20万元起存的3年期大额存单额度多显示不足或已售罄。

发放量仍有稳健扩张趋势

近年来,金融监管部门一直在引导银行降低负债成本,引导和鼓励存款利率的下降。近日,国务院办公厅印发的《第十次全国深化“放管服”改革电视电话会议重点任务分工方案》要求继续深化利率市场化改革,发挥存款利率市场化调整机制作用,释放贷款市场报价利率(LPR)形成机制改革效能,促进降低企业融资和个人消费信贷成本。

杜阳表示,存款利率市场化调整机制的深化提升了大额存单发行的灵活性,有助于商业银行提高自身负债管理能力,变“被动吸收”为“主动管理”。在利率市场化机制作用下,银行业可以更加充分发挥大额存单特点,增强主动负债意识,合理安排资产配置,避免流动性错配以及负债成本盲目抬高问题,使金融机构能够有更多让利于实体经济的空间。未来,在存款利率市场化改革稳步推进以及贷款利率持续下降的背景下,预计银行在负债端更加注重成本管理,存款利率稳中有降,存贷利差位于合理水平。

在明明看来,在利率市场化背景下,银行大额存单利率出现下调,是顺应长期利率下行趋势的必然之举,也是促进投资与消费的配套措施。银行在“金融让利实体经济”的要求下不断降低实际贷款利率,因此需要通过存款利率下调来降低负债端成本,从而维持稳定的息差,确保经营发展。

惠联金融首席研究员董希森对记者表示,当前,应抓住市场流动性较为充裕、存款增长较快的有利条件,积极稳妥推进存款利率市场化,推动存款利率“两轨并一轨”,不断提高存款利率市场化程度。考虑到中小银行负债吸收难度大,成本高,在存款并轨过程中,应发挥市场机制的作用,允许中小银行采取更大的利率浮动幅度。同时,通过市场化定价自律机制等方式,加强对金融机构的引导和监管,保持存款市场良好的竞争秩序,推动银行理性吸收存款并降低负债成本。

“当前,实体经济复苏仍面临一定压力,银行业需要继续加大信贷投放力度,稳固实体经济恢复基础。在此背景下,主动进行负债管理仍是银行业下一阶段需要重点发力的领域,大额存单作为存款产品的一种,虽然其成本相对较高,但随着存款利率的下调,仍是银行揽储的重要渠道之一,预计大额存单发放量仍有稳健扩张的趋势。此外,从发行主体来看,中小银行发行大额存单的动力更强,由于其在存款稳定性等方面弱于其他商业银行,故增加大额存单发行量是其提高揽储能力的重要手段之一。”杜阳表示。

本版主编 姜楠 责编 徐建民 制作 曹秉琛
E-mail:zmnz@zqrb.net 电话 010-83251785

银行系养老理财产品增至49只 年轻人积极参与抢购

业内专家建议,推进养老理财产品多资产、多策略探索

■本报记者 余俊毅

10月31日,兴银理财首款养老理财产品“兴银安愉1号养老理财”正式开售,这也是正式发行养老理财产品的第10家机构。

自去年养老理财试点获批以来,试点范围和数量持续增长,广受追捧。中央财经大学证券期货研究所研究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平接受《证券日报》记者采访时表示,随着试点的推进,养老理财产品渐趋成熟,将逐步成为最重要的主题性资管产品之一。在人口老龄化的背景下,养老理财产品将在多个层面发挥更大的作用。

发行热度高

“此前已有不少客户来咨询过养老理财产品了,市场关注度确实高,尤其对于新产品,客户基本都会提前预约抢购。”这是《证券日报》记者在北京某股份行网点走访时客户经理的反馈。

年过50岁的蒋女士告诉记者,自己已经提前开始规划养老,因此

对养老理财产品关注比较多。她认为,养老理财产品的风险较低、收益率又高于同类产品,是养老金融产品的投资优选。

除了类似蒋女士这种提前做养老规划的投资者,“85后”年轻人也积极参与养老理财产品的抢购。比如持有某款已发行养老理财产品周女士就对记者表示,“今年权益市场持续波动,并且伴随着利率下行,我购买的股票、基金等权益产品收益并不理想,想购买一些较为稳健的理财产品。我咨询了银行理财经理及一些业内人士后,他们都向我推荐了较为热门的养老理财,业绩比较基准高于同类产品,期限为五年,经过种种比较与考虑,最后决定尝试购买,目前来看所购买的养老理财产品均在浮盈状态。”

自2021年12月份,工银理财、建信理财、招银理财、光大理财四家理财子公司率先在深圳、武汉、成都和青岛四地发行养老理财产品“试水”后,今年3月1日起,养老理财产品试点地区扩至北京、沈阳、长春、上海、武汉、广州、重庆、成都、青岛、深圳等10个地方,试点机

构也扩展至农银理财、中邮理财、中银理财、信银理财等10家机构。

根据中国理财网数据显示,截至10月31日,银行系理财子公司累计发行的养老理财产品为49只。记者梳理发现,目前养老理财产品募集方式均为公募,投资起点多为1元;产品设计以中低风险、期限五年及以上的封闭式固收类产品为主;多数产品业绩比较基准在5%至8%之间。

记者注意到,在目前已发行的养老理财产品中,多数产品仅收取每年0.1%的管理费和0.01%的托管费,甚至还有产品为“零费率”。比如,交银理财的“稳享添福5年封闭式1号”养老理财产品的认购费率、销售手续费率、管理费均为0元,仅收取0.01%的托管费。

零壹研究院院长于百程对《证券日报》记者表示,“在国内老龄化人口增多趋势下,养老金融产品的需求不断上升,随着养老理财产品机构和机构不断扩容,养老理财产品会迎来更快的发展。”

产品体系将更加完善

随着养老理财产品的不断新

发,理财子公司也在持续优化自身养老理财体系的建设。比如,兴银理财有关负责人对《证券日报》记者表示,公司将持续完善养老金融综合服务方案,根据投资者长期养老需求研发养老理财产品,从产品结构、投资策略、风险控制和市场营销等层面打造养老理财业务体系,以此体现养老理财长期性、稳健性、普惠性。

普益标准的研报认为,随着养老理财产品供给的不断丰富,产品同质化问题也逐渐显现。市场期待养老理财产品在投资期限、流动性支持、风险保障、投资策略、营销服务等方面有更多创新,打造差异化竞争优势或将成为各试点机构进一步发展的关键。

“未来,养老理财产品在针对不同年龄段人群的产品供给方面还有待改进,为更好地匹配不同客群的风险偏好及资产配置需求,有必要设置细分系列,并在稳健投资基础上,推进养老理财产品多资产、多策略探索。”光大证券研究所金融业首席分析师王一峰对《证券日报》记者表示。

王一峰认为,在优化产品流

动性体验方面,养老理财产品通常期限较长,有必要通过现金分红、柔性赎回安排等方式,更好地满足客户流动性需求。在针对理财子公司相对薄弱的投研能力方面,王一峰认为,理财子公司可与基金公司合作,借助“外脑”博取更好收益。

中国邮政储蓄银行研究员姜飞鹏认为,为发展好养老理财以更好服务居民养老需求,首先,从养老理财目标出发突出其养老属性,在产品设计中坚持普惠理念,做到安全稳健,追求保值增值;其次,养老理财作为第三支柱养老保险的一类,要立足商业化定位;再次,要规范化发展养老理财,规范设计和发行养老理财产品,确保养老属性有效落实,做好产品销售管理确保审慎合规展业,做好产品信息披露确保投资者的知情权,健全风险管理机制确保守住风险底线。

“未来,随着产品试点深入推进,养老理财产品体系将更加完善,并进一步推动产品创新,从而为其全面推广夯实根基。”王一峰表示。