

亿纬锂能披露“五折”股权激励计划 今年营收考核目标不低于700亿元

■本报记者 李雯璐

2月17日,市值逾1500亿元的亿纬锂能披露最新股权激励计划。公告显示,亿纬锂能第四期股权激励计划拟向激励对象授予不超过3500万股限制性股票,分两次进行,其中首次授予3000万股,授予激励对象总人数为165人,首次授予价格(含预留)为41.23元/股。

同时,公司还定下了2023年至2026年各年度业绩考核目标,年度营业收入分别不低于700亿元、1000亿元、1500亿元、2000亿元。

“亿纬锂能此次立下的业绩‘军令状’有点震撼,未来4年公司逐年营收复合增长率约40%,而且用两年时间实现营收突破千亿元。可以说,公司一方面通过股权激励提升员工凝聚力,另一方面向资本市场传递对于自身发展充满信心信号。”广州汉马私募基金管理有限公司总经理伍锡军向《证券日报》记者表示。

设置业绩考核目标

截至2月17日收盘,亿纬锂能的股价为79.8元/股,对于股价打“五折”进行股权激励的依据,亿纬锂能董秘江敏在接受《证券日报》记者采访时表示:“定价的依据是基于对公司未来发展前景的信心和内在价值的认可,优秀人才是公司保持技术领先水平、扩大市场份额的重要基石,此次激励计划授予价格有利于公司在行业优秀人才竞争中掌握主动权。”

“公司已第四次推出股权激励计划,从过往情况来看一直实施得不错;从业务发展情况来看,无论是动力电池还是储能电池等领域,都发展得很好,公司地位也处在行业前列。”北京特阳光新能源总裁祁海坤向《证券日报》记者表示。

“五折”股权激励背后,当然也有对应的绩效考核目标。在上述股权激励中,亿纬锂能立下2023年营收不低于700亿元的目标,与2022年



王琳/制图

亿纬锂能第四期股权激励计划拟向激励对象授予不超过3500万股限制性股票,分两次进行,其中首次授予3000万股,授予激励对象总人数为165人,首次授予价格(含预留)为41.23元/股

的预计营收相比增长逾一倍;2024年之后的财年,更是要挑战千亿元营收目标。

亿纬锂能三季报显示,公司2022年前三季度营收约为242亿元。另有券商预测该公司2022年营收约为330亿元。1月11日,亿纬锂能表示,预计2022年盈利为31.9亿元至36.3亿元,比上年同期增长10%至25%。

“此次股权激励背后所制定的业绩考核目标,指标设定合理与科学,客观反映了公司真实的情况,我们对于完成业绩指标很有信心,有利于充分发挥激励效果。”江敏如是说。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛认为,在新能源产业持续高速增长和企业产能规模不断增加的大背景下,企业经营业绩有望持续大幅提升。不过,持续保持不低于40%的业绩增长速度对亿纬锂能经营团队来说也将是巨大的挑战。另外,业绩情况还受到企业产能提升进度、国家宏观经济政策和市场状况变化等

多重因素影响。

优势产能不会过剩

早前,亿纬锂能董事长刘金成曾表示,预计最晚2024年全产业链都将出现产能过剩,而唯一不会出现过剩的是质量上乘、成本低的电池产品。

江敏表示:“希望市场更多关注董事长后面的一句话,也就是说优质及性价比高的产品更容易占据优势地位。基于这样的前提,我们对市场整体需求有信心。结合公司自身产品的持续创新,以及公司未来3年到5年的产能释放,优势的产能不会过剩。”

数据显示,今年1月份,国内动力电池装车量排名前三位分别为宁德时代、比亚迪、中创新航,市占率分别约为44%、34%、4.9%,亿纬锂能、国轩高科、欣旺达紧随其后,国内市占率分别为3.94%、3.8%、2.54%。

“随着国内新能源汽车销量暴增,锂电池上游产能大幅扩张,远高于预

测的需求量,锂电池材料在未来2年到3年面临过剩的风险。未来,锂电池行业将呈现两极化发展趋势,一方面,低端产能过剩,企业陷入低水平同质化发展和恶性竞争;另一方面,高端产能会出现严重不足的状态,市场持续供不应求。”郭涛表示。

2022年以来,亿纬锂能对外投融资活动频繁。据不完全统计,该公司对外公告的投资项目或协议共有八项,涉及金额逾500亿元人民币;亿纬锂能与紫金矿业、瑞福锂业签订投资建设年产9万吨锂盐项目;公司正按计划有序推进单体能量密度达350Wh/kg大圆柱电池研发生产,支持9分钟超快充;在湖北荆门的60GWh超级工厂项目也宣布正式动工,其配套的储能电站运营成本可低于抽水蓄能电站。

江敏介绍,目前公司储能和动力电池业务是并驾齐驱发展,亿纬锂能可以根据市场需求定制生产不同的产品,只要是优质的客户并与公司协同长期发展的,都是公司非常认可的伙伴。

政策利好促行业加速发展 多家中医药上市公司获机构调研

■本报记者 马宇薇 冯思婕

2月10日国家药监局发布《中药注册管理专门规定》(以下简称《专门规定》)以来,中医药概念股受到资本市场关注,相关上市公司备受投资者青睐。

2月14日,珍宝岛发布公告称,公司接待多家机构,详细解答了产品研发进展等事项;2月16日晚间,佐力药业发布调研活动信息,公司连续三日接待机构投资者调研。此外,还有云南白药、以岭药业、新天药业等中医药企业均受到机构追捧。

佐力药业相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示:“近几年,中医药行业利好政策不断,药品审评审批制度及大量药品研制技术指导原则发布,体现了药品注册新理念和改革举措,为中医药企业创新研发营造了更加精准高效的营商环境。中医药企业高质量发展,要注重中医药原创思维及整体观,兼顾传承与创新,结合传统中药研究方法与现代科学技术,从而提升中药研制水平,提高成功率。”

中医药发展不断加速

据悉,《专门规定》自2023年7月1日起施行,共11章82条,包括总则、中药注册分类与上市审批、人用经验证据的合理应用、中药创新药、中药改良型新药、古代经典名方中药复方制剂、同名同方药、上市后变更、中药注册标准、药品名称和说明书等内容。

中信证券认为,《专门规定》是在《中药注册管理补充规定》(国食药监注[2008]3号)实施基础上,充分吸纳药品审评审批制度改革成熟经验,全方位、系统地构建了中药注册管理体系。《专门规定》的实施有望进一步推动中药传承创新发展,激发中药新药研制的活力。受益于政策扶持和消费升级,整体中医药行业需求仍持续向好。

“《专门规定》的发布将提升中药企业科技研发的积极性,也将进一步推动中药创新药审批速度。同时,新规充分考虑中药临床实践特点,突出临床价值导向,从中药的实践经验角度出发,更加贴合患者用药实际。”珍宝岛相关负责人向《证券日报》记者表示:“多年来,公司一直专注中药创新研发,坚持有效、安全、稳定基本原则,全力构建了三大前沿研发平台,系统布局了五大中医药特色研发领域,全力打造具有珍宝岛特色的重要产品管线。目前公司有在研3款中药创新药和已备案49种院内制剂,正在加速进行新药研发成果转化。”

事实上,近两年中医药行业重磅政策频出,进一步稳定、规范了市场环境,聚焦肿瘤如乳腺癌、肺癌等重大肿瘤疾病领域,以ADC为核心产品,同步布局单抗、双抗产品,重点打造生物药重磅产品线。”上述珍宝岛相关负责人表示。

以岭药业在接受调研时表示,公司在新药研发中所体现的优势特色与《药品注册管理办法》《关于加快中医药特色发展的若干政策措施》等政策提出的“建立中医药理论、人用经验、临床试验‘三结合’的中药注册审评体系”完全吻合。未来,公司研发计划布局15个系统,近80个病种领域。截至目前,公司芪黄明目胶囊已经申报,7个品种进入临床阶段,20余个品种处于临床前阶段以及百余院内制剂品种,产品研发阵列完备,为公司可持续健康发展提供不竭动力。

“中医药的独特性及优势性十分突出,随着相关政策的陆续完善以及人们对中医药认可度的提高,中医药赛道有望迎来广阔的发展空间。就目前来看,创新研发、销售半径、品牌价值、原料成本等仍是行业发展的关键因素。作为行业的排头兵,上市公司应从加强产品品质、增强产品创新、拓宽适用范围等方面入手,提升自身核心竞争力,促进中医药行业健康发展。”邢星如是说。

进一步加强创新研发

随着中医药行业景气度不断提升,相关上市公司正积极从科研攻关、产品矩阵、药材种植、人才机制等方面发力布局。

随着中医药行业景气度不断提升,相关上市公司正积极从科研攻关、产品矩阵、药材种植、人才机制等方面发力布局。

温氏股份抛第四期股票激励计划 激励对象超四千人

■本报记者 李昱丞 见习记者 丁鑫

2月17日晚间,温氏股份披露第四期限制性股票激励计划(草案)及2023年员工持股计划(草案)。根据公告,此次激励计划拟向激励对象授予的限制性股票数量约1.85亿股,其中首次授予不超过4076名激励对象,合计授予1.76亿股;员工持股计划拟授予20人,合计不超过1139万股。

《证券日报》记者梳理发现,本次限

制性股票激励计划是温氏股份历次股权激励中激励对象最多的一次。相比第三期激励计划,本期激励计划首次授予的激励对象增加451人。

业绩目标方面,公司设立连续三年高增长考核指标。公告显示,公司业绩考核目标为:2023年度畜禽产品总销售重量比2022年增长20%,或归母净利润不低于75亿元;2024年度畜禽产品总销售重量比2022年增长40%,或2023年至2024年累计归母净利润不低于160

亿元;2025年度畜禽产品总销售重量比2022年增长53%,或2023年至2025年累计归母净利润不低于248亿元。

温氏股份相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,激励计划有利于公司长期发展。2018年以来,公司已实施了三期股票激励计划,对于调动各级干部及骨干员工积极性,促进公司健康可持续发展起到了积极作用。

这次激励计划中采用了第二类限制性股票。股票来源为公司从二级市场

回购A股普通股股票和/或向激励对象定向发行的A股普通股股票。

今年A股上市公司股权激励热度高涨。Wind数据显示,自1月1日以来,已有约50家A股上市公司推出了股权激励计划。

IPG中国区首席经济学家柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示:“随着全面实行股票发行注册制正式实施,股权激励方案有望更多元且更加常态化。”

洞察2023年游戏产业发展: 全球化跨领域竞争加剧 中国游戏企业如何应对?

■本报记者 李豪悦

近日,在“2022年度中国游戏产业年会”(下称产业年会)现场,中国音像与数字出版协会理事长孙寿山提到,2022年11月份,欧洲议会通过了一项法案,高度认可游戏背后所潜藏的巨大经济、文化和教育价值。法案明确指出,在游戏和电子竞技领域的投入将有助于提升欧盟的软实力,并部署欧洲委员会和欧盟理事会尽快制定长期战略。

孙寿山认为,实现游戏产业高质量发展,必须加强基础理论和发展战略的研究与谋划,必须重新审视对游戏概念内涵与外延的界定。

在产业年会现场,腾讯、网易、阿里巴巴、完美世界、三七互娱等多家上市公司都在探讨一个问题,在全球市场竞争加剧的背景下,中国游戏企业将如何应对?答案聚焦在“全球化、全平台、跨领域”三个关键词上。

全球市场竞争加剧

据《2022年中国游戏出海情况报告》显示,中国的出海企业数量在几个重要市场都有增长。2022年,在全球重

要出海移动游戏市场流水Top100产品中,日本、英国、德国市场的中国海外发行商数量均出现增长。在韩国移动游戏市场中,中国发行商的数量连续两年出现下降,但仍然是国产移动游戏发行商数量最多的市场。

然而,中国出海企业的增加并未让收入保持增长。2022年,中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入为173.46亿美元,同比下降3.70%,为2018年来首次出现下降。此外,中国出海移动游戏在美国、日本、韩国、德国和英国游戏市场中的收入增速均出现下降。

伽马数据联合创始人兼首席分析师王旭向《证券日报》记者表示,收入下降主要有三方面原因,一是疫情影响下全球游戏市场的下行;二是国际环境变化,比如国产游戏在部分地区被封禁,以及人民币汇率波动等原因;三是海外竞争明显加剧。此外,还有本地化难度高、海外法律政策变化、海外渠道等问题。

“首先,游戏产品本身存在文化之间的交融,当地用户是否认同会影响厂商对市场的拓展。这也是我国企业在东南亚地区比在欧美市场更容易开拓的原因。其次,部分国家在贸易政策上设置壁垒,也成为我国企业走出去的障

碍之一。”中国音像与数字出版协会第一副理事长、游戏工委主任委员张毅君向《证券日报》记者表示。

全平台游戏市场暗藏机遇

为了更深入地进入海外市场,同时解决国内手游用户扩张的困境,锁定全平台游戏发行目标是当下多数企业选择的战略发展方向。

伽马数据发布的《2022全球移动游戏市场中国企业竞争力报告》显示,2022年中国移动游戏市场实际销售收入1930.6亿元,同比下降14.4%。用户规模方面,2022年移动游戏用户数为6.54亿人,同比下降0.2%。另据《2022年度全球主机市场调查报告》显示,2022年中国主机用户规模为893.54万人,同比上升8.87%。此外,41.7%中国主机用户对主机游戏的购买意愿上升。

对此,心动公司相关负责人向《证券日报》记者表示,2022年公司确定了全平台游戏发行的目标,除了手机游戏版号,公司也在积极申请PC版号。从海外市场来看,PC端和主机端用户都占有相当高的比例。这对于进入海外市场,以及提升玩家需求都是一个正确的选择。

事实上,随着游戏产业发展愈发成熟,游戏产品不光是靠本身品质吸引用户,其应用技术已蔓延至多个产业领域。

据《游戏科技能力与科技价值研究报告》显示,过去半年,面向游戏与电子通信、硬件制造等领域的行业调研显示,81%的受访者认为游戏促进了AI技术的发展;面向大众的用户调研显示,91.4%的受调研者认为游戏科技对实体经济有推动作用。

腾讯相关负责人向《证券日报》记者表示,游戏技术已实现赋能工业制造,助力实体经济。腾讯游戏与南航翼达成合作,基于游戏引擎能力,利用物理真实的光照和渲染等游戏技术,共同研发国产全动飞行模拟机视景软件系统,攻克研发国产全动飞行模拟机视景关键技术,以数字技术助力国产全动飞行模拟机研制,加速民用航空产业的技术发展。

毕马威中国华南区科技、媒体及通信行业主管合伙人房灵向《证券日报》记者表示,游戏技术支撑的可靠、可用、可控数字场景,正在为工业制造、自动驾驶、智慧城市等提供新的技术创新动力,相信未来游戏科技企业将会迎来新一轮快速增长,同时游戏科技与实体产业的共振作用会进一步显现。