

潍柴动力2022年营收超1751亿元 预计今年销售收入整体增长约10%

■本报记者 王 僊

3月31日，潍柴动力发布2022年业绩报告，报告期内实现营业收入1751.58亿元，同比下降20.46%；实现归属于上市公司股东的净利润49.05亿元，同比下降48.33%。公司分红预案为拟10派1.58元(含税)。

过去一年多，商用车行业一直处于周期底部，在交出一份基本符合预期的成绩单后，作为行业龙头，潍柴动力进一步明确接下来的发展预期：预计商用车行业有望逐步走出低谷，呈现回升态势，预计重卡销量将大幅提升。

在3月31日上午举行的业绩发布会上，潍柴动力相关负责人对《证券日报》记者表示，“今年重卡业务方面，潍柴会给投资者一个比较好的回报，这一点不容怀疑。”

稳固行业优势地位

受多重因素影响，中国重卡行业去年以来一直徘徊在行业周期底部。数据显示，2022年度，中国重卡行业销量为67.19万辆，同比下滑51.8%。

“在行业下行等多重压力下，公司仍稳固了在行业的优势地位。”业绩发布会上，潍柴动力相关负责人对《证券日报》等媒体表示，根本原因是公司积极拓展细分市场，持续加大研发投入，在新技术、新产品和新业务上不断实现突破，彰显了强大韧性。

2022年11月份、11月份潍柴动力先后发布全球首款本体热效率突破51%、52%的商业化柴油机，连续刷新世界纪录。在产品优势的带动下，公司报告期内销售各类发动机57.3万台，重卡发动机市场份额升至32.2%。公司重卡整车的市场份额也稳中有升，2022年公司控股子公司陕重汽全年累计销售重型卡车8万辆，市场占有率提升至11.9%。

预计商用车行业有望逐步走出低谷，呈现回升态势

重卡销量将大幅提升

潍柴动力2023年预计目标为实现销售收入约1927亿元 比2022年整体增长约10%



崔建岐/制图

此外，报告期内，潍柴动力抢抓国际市场机遇，出口表现亮眼。其中，公司全年发动机出口5.5万台，同比增长56%；变速箱出口2.5万台，同比增长54%；同时重卡整车方面，海外市场销售同比增长79%至3.4万辆，创历史最好成绩。谈及今年重卡行业的出口表现，潍柴动力表示，出口方面，在中东、非洲、南美等地区，中国重卡的占有率在迅速提升。“重卡出口是我国整个装备制造业竞争力提升的非常重要的表现。”

加快新能源商业化落地

近年来，潍柴动力在新业态、新能源、高科技方面开辟了多元化能源转型的新路径。

对于如何看待重型车的电动化转型，潍柴动力认为，城市商用车的电动化是一个必然趋势，所以潍柴做了非

常完整的布局，以支持新能源商用车的业务转型。

据了解，潍柴动力聚焦燃料电池、纯电动、混合动力三大核心业务，正加快产品布局和核心技术突破，配套潍柴新能源自主研发的纯电动力总成也已批量投运轻卡市场。

在加快氢能路线技术攻关和商业落地方面，公司开发了15kW至260kW全系列燃料电池产品平台，推动全国首个港口氢燃料电池重卡示范运营项目在青岛港口启动，全国首座高速公路加氢站在淄博投入运营；配套潍柴动力产品的49吨燃料电池重卡行驶里程超过24万公里。

公司认为，随着国家“双碳”战略落地持续深化，新能源行业继续保持较快增长，也将为公司新能源业务板块的发展带来新的机遇。“对潍柴来讲，新能源业务和传统业务是互补的，我们会持续加大措施做好业务，不

会在替代过程中丧失商机。”潍柴动力相关负责人对记者表示。

此外，公司农业装备、智慧物流等业务板块在报告期内实现收入稳步增长，有效抵抗了重卡行业下滑带来的影响，体现出公司较强的经营韧性。其中，潍柴雷沃2022年实现营业收入171.6亿元，全年农业装备产品总销量大幅增长，规模位居国内行业第一位；公司海外控股子公司凯傲实现高增长，收入同比增长8.2%至111.4亿欧元。

“2023年，公司将以黄金动力总成助力重卡整车向全球领先地位迈进，高端农机、智慧农业新生态助力农业装备腾飞。发挥高端液力动力总成优势，积极拓宽海外市场，加速智慧物流，迈向中国第一梯队，以多元技术路线助力引领新能源发展变革。”潍柴动力表示，受益于行业逐步恢复以及新业务高速发展，公司2023年预计目标为实现销售收入约1927亿元，比2022年整体增长约10%。

天齐锂业2022年净利润同比增超10倍 公司称将以稳健前瞻的风格判断行业内并购机会

■本报记者 舒娅璐

在去年锂行业高景气度背景下，龙头企业迎来业绩“大丰收”。3月30日晚间天齐锂业披露2022年年报，公司去年实现营业收入404.49亿元，实现归属于上市公司股东的净利润241.25亿元，同比增长分别达427.82%和1060.47%。公司向全体股东每10股派发现金股利30元(含税)，共计现金分红49.22亿元。

3月31日，天齐锂业召开网上业绩说明会，围绕锂价周期、产能扩张、锂矿收购、未来战略规划等问题展开交流。对于近期颇受关注的锂价波动话题，天齐锂业副董事长蒋安琪向《证券日报》等媒体表示，作为一家长期耕耘锂行业的企业，天齐锂业已经历过几轮价格周期，对于行业和公司的发展前景有信心。

作为锂行业龙头，天齐锂业的锂精矿已实现100%自给自足，在全球范围同时布局优质锂矿山、盐湖卤水矿两种原材料资源，而“继续夯实上游锂资源布

局”仍然是公司当前的重要发展战略之一。今年1月份，公司还披露了拟以1.36亿美元收购澳大利亚上市公司ESS股份，从而布局Pioneer Dome锂矿项目的投资计划。

“需求端方面，‘双碳’目标的实施等因素支持着新能源行业的发展，长期来看需求向好，我们对新能源行业发展有信心。供给端方面，从长周期的角度来看，天齐锂业持有着行业最稳定的供给。尽管行业在变化，但我们会继续夯实自身优势，不断提升产能和研发能力，建设人才队伍，相信公司面对类似的波动周期可以平稳度过。”蒋安琪表示。

2023年以来锂价出现显著回调，在此背景下，锂矿收购是否会迎来更有利的时点？天齐锂业是否会进一步增强锂资源布局？

“如果行业内公司确实有原材料需求，时机到了，任何时候都是(收购)的好时点。”天齐锂业总裁夏凌波表示，全球各个国家目前的锂资源禀赋不一，但都

有相对合理的估值，如果企业有资源需求，一定会在综合考虑环保、ESG等多个因素的前提下作出合理考虑和判断。

蒋安琪表示：“天齐锂业以稳健、前瞻的风格去判断行业各种并购机会，对于潜在的并购机会，我们除了关注标的资产本身的价值和给公司带来的协同效应以外，标的资产所在国的环保标准、投资营商环境等因素也在考量范围内，天齐锂业会在动态变化中以灵活的态度关注投资机会。”

2022年，受主要锂产品价格齐升、投资收益增长等因素影响，公司营业收入、归母净利润同比大幅增长。具体来看，锂矿业务、锂化合物及衍生品业务在报告期内分别贡献营业收入154.39亿元、250.09亿元。分地区看，公司2022年实现的国内、国外营业收入分别为338.92亿元、65.57亿元。

天齐锂业财务总监邹军在业绩说明会上介绍，从近三年的主营产品产销来看，公司的锂精矿“每年都在快速增

长，锂化工产品在过去三年持续满产满销，公司盈利能力在近几年取得较大飞跃，2022年毛利率达到85.1%，实现行业领先。

值得一提的是，3月31日天齐锂业还披露了未来五年(2023-2027年)战略规划。公司董秘张文宇介绍，为实现总体目标，公司部署六大战略规划，除了继续夯实上游锂资源布局以外，还将稳步落实基础锂盐产能扩张计划，力争到2027年达到30万吨左右碳酸锂当量的锂化工产品产能，进一步发挥产业链协同效应。

“现在，我们对锂行业上游产业的评价认知除了储量、品位以外，也更加重视当地营商环境、环保治理和ESG方面内容；中游不再是狭义定义为碳酸锂、氢氧化锂的锂产品，其含义伴随着产品可能进入期货市场和行业发展有所变化；我们对锂行业下游的认知也不再特指电池，而是涵盖了从汽车、船、飞机到储能等多个领域。”天齐锂业董事长蒋卫平表示。

长城汽车2022年研发投入122亿元同比增34% 打造全产业链价值创新技术体系

■本报记者 张晓玉

3月31日，长城汽车发布2022年年报。公司去年实现营业收入1373.4亿元；实现归属于上市公司股东的净利润82.66亿元，同比增长22.90%。

添翼数字经济智库高级研究员吴婉莹在接受《证券日报》记者采访时表示：“2022年长城汽车净利润同比增幅较大，主要是受益于车型盈利能力增加以及汇率收益增加。针对日趋激烈的市场环境，长城汽车需要进一步提升智能化科技水平，提高产品的多样性和实用性，增加用户体验和黏性，以争取更大的市场占有率。”

从销量表现来看，长城汽车全年销量106.17万辆，智能化车型渗透率高达86.17%，20万元以上车型销量占比增至15.27%，单车平均售价达到12.94万元，同比增长21.47%。

“2022年成绩的取得主要有赖于公司对品牌的打造。”长城汽车董秘李红栓对《证券日报》记者表示，“公司多条腿走路，有高毛利车型，同时也有基于公司品牌打造战略车型。从2023年整体策略角度来讲，我们会做好优势车型的优势发挥，然后基于全面的新能源转型，去打造新能源车企的新优势，支撑公司160万台销售目标中新能源汽车40%渗透率的实现。”

近年来，在日趋激烈的行业竞争下，各车企纷纷加大研发投入，而长城汽车的高研发投入也成为2022年财报中的一大亮点。公告显示，去年长城汽车研发投入121.81亿元，同比增长34.34%，占营业收入的比例达8.87%。

长城汽车表示，公司在研发上坚持“精准投入”，注重有效研发。基于“柠檬、坦克、咖啡智能”三大技术品牌，打造了汽车研发、设计、生产以及汽车生活的全产

业链价值创新技术体系。与此同时，加速混动、纯电动、氢能等新能源领域的技术布局，着力在低功率大算力芯片、碳化硅等第三代半导体关键核心技术，人工智能等产业技术领域重点发力。

公告显示，2022年，长城汽车专利公开量、授权量再创新高。专利公开量达6042份，同比增长62.86%；专利授权量达4652份，同比增长42.87%。

长城汽车董事长魏建军表示，长城汽车坚定不移地贯彻到2025年累计研发投入达到1000亿元的目标，在新能源领域持续深耕。2023年面对愈发激烈的竞争环境，长城汽车已做好全面准备，将携十余款全新新能源车型走向市场。

此外，长城汽车全面加速“生态出海”，海外销量创历史新高。年报显示，2022年，长城汽车海外销售17.22万辆，同比增长23.09%，创历史新高。对于海

外市场增长的原因，长城汽车表示，主要是由于2022年海外供给不足以及中国车企出口竞争力的大幅增强。

新能源汽车方面，2022年，长城汽车魏牌摩卡PHEV(Coffee01)、欧拉好猫、哈弗H6新能源(HEV/PHEV)、坦克300、长城炮等车型，在欧洲、南美、东盟、中东等地区上市。

公告显示，报告期内，长城汽车海外市场已覆盖170多个国家和地区，海外销售渠道超过700家，并在俄罗斯、泰国、巴西建立了3个全工艺整车生产基地。

对于未来海外市场规划，李红栓对记者表示，“从全球化角度来讲，长城汽车对整体战略目标和全球化品牌推广以及全球化销售非常重视，目前我们在欧盟、巴西以及东盟都在做品牌的深耕以及销量的布局，从资源投入上来讲，长城汽车2023整体的海外销售目标是25万辆，会比去年有一定增长。”

TCL科技去年实现营收1666亿元 需求企稳半导体显示行业有望回暖

■本报记者 李昱丞 见习记者 丁 蓉

3月31日，TCL科技披露2022年年报。数据显示，公司去年实现营业收入1665.53亿，同比增长1.77%；实现归母净利润2.61亿元，同比下滑97.40%。

作为周期性行业，面板价格在2022年经历低谷。TCL科技半导体显示业务经营业绩短期承压。报告期内，公司半导体显示销售面积4275万平方米，同比增长8.25%；营业收入657亿元，同比下降25.5%。

TCL科技董事长李东生在年报致辞中表示：“半导体显示行业自2021年年中开始下行，已较长时间在历史底部徘徊，头部企业愈加关注供需均衡和产业盈利修复，行业整合和优胜劣汰加速，产业格局更趋健康合理。近期，经济和需求企稳预期增强，行业有望随之回暖。”

在当日TCL科技召开的网上业绩说明会上，公司高级副总裁、董事会秘书廖骞在回答《证券日报》记者提问时，介绍了公司下一代显示技术布局：“公司持续加大研发投入，与产业链合作伙伴围绕印刷OLED、MiniLED、MicroLED、硅基OLED微显示等新型显示技术共建产业生态。”

作为全球大尺寸面板龙头，TCL科技旗下TCL华星在LCD大尺寸领域具有规模领先优势。从市场份额上看，TCL华星55吋和75吋产品份额全球第一，65吋产品份额全球第二。2022年，在大尺寸业务领域，TCL华星以高端产品策略巩固电视面板龙头地位，并发展交互白板、数字标牌、拼接屏等商用显示业务。

TCL科技加快了从大尺寸显示龙头向全尺寸显示领先企业的转型升级。2022年，公司定位于

IT产品的氧化物半导体显示生产线提前在广州投产，武汉G6 LTPS扩产项目有序推进，中小尺寸业务巩固优势，有望驱动新一轮增长。

与此同时，TCL科技积极布局新型显示技术与材料。年报数据显示，2022年公司PCT专利累计申请数1.47万件，覆盖量子点材料、背光、面板等14个领域，形成周密的专利布局，建立下一代显示技术的领先优势。

在经历了2022年的低谷后，电视面板各尺寸已经启动全面上涨。根据集邦咨询披露的2023年3月下旬面板调研数据，32吋、43吋、55吋、65吋面板均价较3月上旬实现不同程度上涨。

李东生此前向《证券日报》记者表示：“从面板企业的发展规律来看，本身周期性比较强。这一轮价格企稳回升，行业将回归健康经营状态。个人认为回升的趋势会持续。”

德邦证券TMT行业负责人兼电子行业首席分析师陈海进在接受《证券日报》记者采访时表示：“目前中国大厂是LCD面板产能的主力，掌握了LCD面板市场话语权，其他国家和地区对行业整体的产能影响已经比较小。品牌客户销量预期较为乐观，在回补库存、去年低基数的背景下，预计2023年销量增长较大，大尺寸面板价格有望在第二季度迎来反弹。”

浙商证券研报表示，伴随着LCD面板价格的上涨预期，面板厂商的稼动率同样有望迎回来升，量价齐升下，面板企业的盈利弹性有望得到凸显。

TCL科技已形成围绕半导体显示与新能源光伏产业的布局，未来有望受益于半导体显示产业的持续复苏以及新能源光伏产业的高景气发展。

美图去年净利润同比增近30% AIGC在B端将大有可为

■本报记者 李豪悦

3月30日晚，美图公司发布2022年业绩报告。报告期内，公司实现总收入20.85亿元，同比增长25.2%。经调整后归属于母公司权益持有人的净利润1.11亿元，同比增长29.9%。

美图创始人兼CEO吴欣鸿在接受《证券日报》记者专访时，对2022年业绩表示肯定，并提到AIGC行业的竞争难题。“2022年美国几大支柱业务的贡献值持续上升，公司顺利完成目标，对未来的发展充满希望。面对当前市场AIGC的爆发，涉及图像大模型和底层框架的竞争，还包括超大数据的训练。除此之外，针对行业的垂直训练也是非常大的竞争难点。未来，企业之间会迎来算力和工程上的比拼。”

VIP订阅量增加

从收入构成来看，2022年美图在线广告业务收入为5.96亿元。IMS(达人内容营销解决方案)及其他业务收入为1.49亿元；互联网增值服务同比增长1.4%至9560万元。SaaS及相关业务收入同比增长1093.2%达4.63亿元，呈现快速且稳定的增长态势。

在AIGC加持下，美图公司VIP订阅业务增长势头强劲，实现收入7.82亿元，同比增长57.4%，创历史新高。

此外，截至2022年12月份，美图公司旗下应用拥有超过560万VIP会员。美图公司月活跃用户数呈现上扬趋势。截至2022年12月份，美图公司月活跃用户达2.43亿，同比增长5.3%。其中，美图秀秀月活跃用户数达1.30亿，同比增长13%。

VIP订阅量和月活跃用户数量的增加，与美图在C端和B端的全方位布局紧密相关。2022年，美图公司持续推出Wink、Chic、美图秀秀

电脑版、美图设计室、美图云修、美图证件照等影像产品，全方位满足用户在工作场景下的变美需求。

吴欣鸿告诉记者，这些新上线的产品，目前用户反馈是超出预期的。现在公司在C端和B端逐渐融合，团队信心很充足。随着C端业务的不断完善，未来将会看重B端用户的续订率等方面。

AIGC领域取得多项突破

随着AIGC等人工智能技术的爆发，持续增加研发投入成为科技公司的“必选项”。财报显示，2022年，美图公司研发投入达5.86亿元，同比增长7.5%。

AIGC技术也在全方位的深入美图的各项业务。例如，依托领先的影像能力和AIGC创新能力，美图公司通过SaaS及相关业务，持续助力实体经济数字化升级；AIGC覆盖了VIP订阅服务包含的产品。事实上，早在2010年美图影像研究院(MT Lab)成立，美图公司就对人工智能技术进行了持续的探索布局。2022年，美图在AIGC领域连续取得多项突破，包括“AI绘画”推动美图秀秀斩获多国应用市场总榜冠军，“百变AI头像”功能刷屏除夕夜，“AI简笔画”日均生成图片超100万张，“AI动漫”进一步提升动漫视频创作生产力等。

谈及对AIGC的布局，吴欣鸿认为，AIGC可以大幅提升影像产品的能力，并且未来极大地降低整个内容制作门槛，提升效果和缩短时间。“我们觉得未来AIGC会在To B方面大放异彩，因为这个领域会有更大的确定性，对AIGC降本提效的需求也更加刚性。”

吴欣鸿举例称，美图秀秀的桌面版、美图设计室、美图云修都可以很好地结合AIGC。“我们现在做‘美图设计室 2.0’，应用到AI设计，将会超越现有设计类产品，具有巨大机会。”