

以岭药业去年净利润同比增近76% 加快打造第二大产业集群

■本报记者 张晓玉

4月25日晚间,以岭药业披露2022年业绩报告,公司去年实现营业收入125.33亿元,同比增长23.88%;实现归属于上市公司股东的净利润23.62亿元,同比增长75.75%;实现归属于上市公司股东的扣非净利润23.23亿元,同比增长83.68%。

对于业绩的增长,以岭药业董秘吴瑞对《证券日报》记者表示:“2022年,公司以市场需求为导向,稳健经营,不断深化营销网络改革,持续加大研发投入,组织优化协调内部生产要素,提升生产效率和保障能力,并在严控产品质量、强化品牌建设、加强成本控制等多方面开展各项工作,不断提升公司核心竞争力,强化内生增长动力,实现了公司经营业绩的稳步增长。”

分产品来看,呼吸系统产品连花清瘟、连花清咳受到市场需求激增的影响实现较快增长,心脑血管等处方药有小幅下滑。其中,呼吸系统类产品实现营业收入68.72亿元,同比增长67.29%;心脑血管类实现营业收入41.78亿元,同比略降7.87%。

年报显示,目前以岭药业已上市治疗流感、感冒、新冠感染的连花清瘟胶囊、治疗急性气管-支气管炎的连花清咳片。治疗过敏性鼻炎的玉屏通窍片正在开展III期临床研究。治疗儿童感冒的小儿连花清瘟颗粒2022年已完成II期临床研究,启动III期临床研究。2023年霍乱疫苗获得国家药品监督管理局药物临床试验批准通知书。

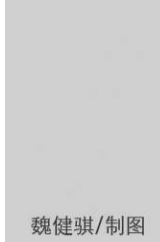
“目前呼吸系统在研品种已形成包括上下呼吸道、急慢性疾病、覆盖儿童成人的‘大呼吸领域’10余个品种集

近年来

以岭药业高度重视中药创新药研发
2022年以岭药业研发投入8.95亿元
占营业收入比重为7.15%

截至目前

公司共有13个专利中药品种
其中10个列入国家医保目录
5个列入国家基本药物目录



魏健祺/制图

群。预计到2027年完成呼吸系统中药创新药研发并申报新药4个至5个,有望成为继心血管疾病产品之后第二大产业集群。”吴瑞对记者说。

近年来,以岭药业高度重视中药创新药研发。年报显示,2022年以岭药业研发投入8.95亿元,占营业收入的比重为7.15%。

此外,以岭药业还积极开展已上市中药品种的上市后再评价及二次开发。公司公告显示,目前已完成大规模临床循证研究28项,正在开展临床循证研究8项。

吴瑞表示,截至目前,公司共有13个专利中药品种,其中10个列入国家医保目录,5个列入国家基本药物目录,为公司在未来几年继续保持快速增长打下了良好基础,提供了强大动力。此

外,公司希望通过科研数据建立产品的学术影响力和学术地位,进一步提升产品临床市场,加强营销网络和营销队伍建设,提升产品覆盖率和占有率。同时,公司还将继续积极推动中医药国际化。化生药板块将坚持“转移加工切入-仿制药国际国内双注册-专利新药研发生产销售”齐步走的发展战略,2023年推进专利新药上市。在健康产业方面,公司将继续发挥研发与制造业优势,品牌驱动,打造品牌大产品。”

吴瑞表示,截至目前,公司共有13个专利中药品种,其中10个列入国家医保目录,5个列入国家基本药物目录,为公司在未来几年继续保持快速增长打下了良好基础,提供了强大动力。此外,公司希望通过科研数据建立产品的学术影响力和学术地位,进一步提升产品临床市场,加强营销网络和营销队伍建设,提升产品覆盖率和占有率。同时,公司还将继续积极推动中医药国际化。化生药板块将坚持“转移加工切入-仿制药国际国内双注册-专利新药研发生产销售”齐步走的发展战略,2023年推进专利新药上市。在健康产业方面,公司将继续发挥研发与制造业优势,品牌驱动,打造品牌大产品。”

吴瑞表示,截至目前,公司共有13个专利中药品种,其中10个列入国家医保目录,5个列入国家基本药物目录,为公司在未来几年继续保持快速增长打下了良好基础,提供了强大动力。此外,公司希望通过科研数据建立产品的学术影响力和学术地位,进一步提升产品临床市场,加强营销网络和营销队伍建设,提升产品覆盖率和占有率。同时,公司还将继续积极推动中医药国际化。化生药板块将坚持“转移加工切入-仿制药国际国内双注册-专利新药研发生产销售”齐步走的发展战略,2023年推进专利新药上市。在健康产业方面,公司将继续发挥研发与制造业优势,品牌驱动,打造品牌大产品。”

鸡猪养殖业务共振 温氏股份去年净利同比增超139%

■本报记者 李昱丞 见习记者 丁 莹

2022年,养殖龙头温氏股份业绩实现强劲增长。4月25日晚间,温氏股份披露2022年年报,公司实现营业收入837.08亿元,同比增长28.87%;实现归母净利润52.89亿元,同比增长139.46%。去年公司黄羽肉鸡养殖规模居全国第一,肉猪销售规模在同行业上市公司中排名第二。

具体来看,2022年,温氏股份肉猪类、肉鸡双主业驱动,收入分别占营业收入的50.94%和42.51%。

肉鸡业务方面,2022年肉鸡价格处于周期上行阶段。温氏股份2022年销售肉鸡10.81亿只,占全国黄羽肉鸡出栏量

的28.98%,占黄羽肉鸡与白羽肉鸡总出栏量的11.01%。

肉猪业务方面,公司2022年销售肉猪1790.86万头,占全国生猪出栏量的2.56%。对此,东方证券分析师张斌梅表示:“2022年,温氏股份顺利完成了年初设定的1800万头左右的出栏量目标,各季度养殖效率扎实提升,业绩持续改善。”

同日,温氏股份还披露了2023年一季报。受猪肉价格下滑等因素影响,公司业绩承压。今年一季度,公司实现营业收入119.70亿元,同比增长36.92%;归母净利润亏损27.49亿元。

东方财富Choice数据显示,河南地区外三元生猪价格从1月1日的16.83元/公斤逐步下滑,截至4月25日为14.78元/

公斤。对于本轮“猪周期”,温氏股份在今年3月份接受机构调研时表示,这轮猪周期变化速度和幅度均超过行业预期。公司将坚持做好大生产基础管理,提高核心技术指标,逐步增大生产规模,稳定出栏节奏,努力控制成本水平,保持行业竞争优势。

对于后市走势,上海钢联农产品事业部生猪分析师张斌向《证券日报》记者表示:“今年全年的猪肉价格预计在成本线以上一点。从需求端和传统淡季来看,三四季度行情或好于二三季度。”

日前,温氏股份披露公告,梁志雄辞去总裁职务,被选举为副董事长,接任总裁职务的是黎少松。“其在温氏股份担任

常务副总裁期间,曾协助总裁开展工作,推动组织架构改革,推动温氏股份从“公司+农户”向“公司+现代养殖小区”模式迭代升级,积极探索“防非”模式,重构温氏股份生物安全防控体系。黎少松带领下的新高管团队,将给温氏股份带来怎样的变化,备受业界关注。

对于未来发展,温氏股份在年报中表示,将继续推进发展养殖业,稳步发展养鸡业,协同发展蛋鸡、鸭、乳业、兽药及农牧设备业,打造以鸡、猪双主业为核心,依托资本力量构建多业态协同发展的产业链生态圈。同时,公司将积极推进屠宰、食品加工、生鲜营销产业发展,延伸养殖产业链,促进公司从传统养殖企业向现代食品企业转型。

宏达电子去年营收净利双增长 引入创业团队拓展新空间

■本报记者 肖伟

“高可靠元器件产业由多个细分领域构成,包括了电容、电感、电阻等。每个细分领域的市场容量有数百亿元,市场空间较大。如果要进入这些领域,就需要企业实现产品创新和技术创新,更需要企业掌握一套针对创新工作的方法论。”在宏达电子2022年年度股东大会上,总经理曾琛阐述了宏达电子的创新方法论。

年报数据显示,2022年宏达电子实现营业收入21.58亿元,同比增长7.89%;实现扣非后净利润7.55亿元,同比增长3.12%;每10股派发现金红利5元(含税),计划派发2.06亿元。

2022年,宏达电子立足高可靠元器件领域,大力发展非钽元器件业务,在陶瓷电容、电感、电阻等领域均有建树,产品广泛运用于通信、航空、航天、导航等领域的3000多家客户单位。2022年,宏达电子研发费用达到1.82亿元,同比增长45.81%。

曾琛向《证券日报》记者表示:“十四五”期间,我国高可靠元器件市场规模持续增长,但要获得市场份额,承接客户需求,还需要做大量科技创新工作,掌握市场主动权。3000多家客户单位的需求各不相同,且要求交货周期较短。这就需要专业团队收集需求,迅速迭代,完成开发和交付。为此,公司提出了一整套的创新方法论。”

宏达电子的创新方法论可简要概括为“企业借船、团队借船、互利合作、共赢成长。”通过层层筛选,找到拥有核心技术的创业团队,在借助团队智力成果的同时,也为团队提供了品质控制、市场营销、人力资源、认证资质、厂房设备等一系列服务,构成一揽子“创业套餐”,还与创业团队进行合资办企,在产品批量交付、实现盈利后,与团队共享经济成果,帮助创业团队登上驶向蓝海市场的快船。

归功于这一颇具特色的创新方法论,在短短数年内,宏达电子从钽电容扩展到多层陶瓷电容器、单层陶瓷电容器、薄膜电容器等产品,非钽业务占比达到40%。曾琛表示,“这样的创新有两大好处:一是缩短了研发周期,扩充了产品体系,能响应下游客户的一站式采购需求;二是帮助创业团队缩短了拓展周期,降低了他们在创业阶段容易夭折的风险,加速了从科研成果到经营成果的转化过程。”

宏达电子的创新方法论也获得券商的正面评价。中原证券分析师刘智表示,“宏达电子以钽电容为核心业务,逐步拓展其他高可靠电子元器件和组件级产品,不断打破天花板,打造成元器件综合供应商。宏达电子瞄准的高可靠电路模块业务,预计市场空间为200亿元/年,市场集中度低,多种元器件和电路模块业务有望平滑单一业务波动,打破公司成长天花板,助力未来可持续发展。”

阳光电源去年净利同比增近130% 将全力推进研发创新

■本报记者 徐一鸣

4月25日,光伏逆变器行业龙头阳光电源发布2022年年度报告。报告期内,公司实现营业收入402.57亿元,同比增加66.79%;实现归属于上市公司股东的净利润35.93亿元,同比增加127.04%。拟向全体股东每10股派发现金股利2.20元(含税),总计派发现金股利3.25亿元(含税)。

2022年,阳光电源光伏逆变器全球出货量77GW,其中渠道发货90万台。截至去年12月份,逆变器设备全球累计装机量突破340GW,每年减排二氧化碳近3.8亿吨。其中,分布式市场业绩继续保持高

速增长,全球主流市场占有率稳居第一。报告期内,阳光电源先后签约巴西650MW光伏项目、智利480MW光伏项目、丹麦320MW项目,同时引领300kW+组串新技术的SG320HX,颠覆传统的模块化逆变器1+X在全球各类场景中得到广泛深入应用。

全联盟购公信用管理委员会专家委员安光勇对《证券日报》记者表示,光伏逆变器作为新能源领域的核心组件之一,是确保光伏电站长期可靠运行和提升项目投资回报的关键,其性能和可靠性对于整个能源系统的运行效率和安全性有着至关重要的作用,随着新能源发电技术的不断创新和应用,逆变器产业

的市场规模将不断扩大。

不过,阳光电源表示,公司核心产品光伏逆变器市场优势虽然明显,但是市场竞争仍十分激烈,如果在技术创新、新产品开发和成本控制方面不能保持领先优势,产品将面临毛利率下降的风险。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林对《证券日报》记者表示,逆变器行业未来发展压力主要来自三方面:一是海外光伏产业逐渐进入下行周期;二是IGBT等元器件的供应出现短缺;三是竞争对手过多导致价格回落。

面对行业日益激烈的竞争局面。报告期内,公司发布了2023年至2027年技

术路线图,将以此为依托,顶格推进光伏和储能业务相关的技术研发和产品创新。

年报显示,2022年阳光电源新增895项专利权,均系原始取得。另有1750项新增专利申请。

“关键技术上纵深突破,推动产品迭代升级,赋能终端新能源应用场景。”上述业内人士表示,公司未来将以高研发投入持续创新,绘制好五年技术路线图。中国国际贸易交流中心经济研究部副部长刘向东对《证券日报》记者表示,上市公司紧抓技术创新带来的发展机遇,积极推进数字化、智能化发展,有利于推动产业链各环节的协同创新和供应链的持续优化,进而全面提升公司发展质量和效益。

克明食品年报季报双双报捷 面制品综合竞争优势领跑行业

■本报记者 何文英

挂面龙头企业克明食品2022年年报及2023年一季度双双报捷。

4月25日晚间,克明食品发布的2022年年报显示,公司去年实现营业收入50.2亿元,同比增长16.02%;实现净利润1.55亿元,同比增长129.48%。公司同日发布的2023年一季度更是让投资者眼前一亮,报告期内公司实现净利润3477万元,同比大增385.86%。

对于这两份可圈可点的成绩单,克明食品董秘陈燕在接受《证券日报》记者采访时表示:“公司在挂面和方便面两大赛道上,加大中高端产品的研发和销售,依托全渠道精准营销,实现了产品的量价齐升,加之公司持续推进‘小一体’战略,面制品综合竞争优势领跑行业。”

在传统挂面赛道,克明食品一方面牢牢占据基础消费的广大市场,另一方面积极研发新品向健康化、营养化、功能化、便捷化的趋势发展。

年报显示,克明食品在研发上持续加大投入,2022年研发投入3417万元,同比增加20.27%。

据陈燕介绍:“公司持续把握新一代消费群体对产品健康品质提升的需求,创新推出面向中青年的功能类产品,面向中青年的低糖低脂类产品,面向孕婴消费群体的月子面、儿童营养面等,得到了新一代消费者的认可。”

克明食品求稳和求变的合力效应在年报数据上得到了充分的体现。年报显示,2022年公司面条营业收入31.32亿元,同比增长26.81%;报告期内方便食品实现营业收入4.25亿元,同比增长24.54%。

一位食品行业的券商分析师在接受《证券日报》记者采访时认为:“随着消费者对食品安全和健康的要求越来越高,挂面和方便食品的功能已经从过去的果腹、便捷、低档次属性发展为集营养、

健康、美味、快捷于一体的多元化需求集合,因此市场正在向具有研发能力和渠道能力的龙头企业倾斜,未来市场集中度有望进一步提高。”

在陈燕看来,克明食品能取得去年全年以及今年开门红的佳绩,除了扎实的产品基础外,全渠道精准营销亦是功不可没。

年报显示,公司不断拓宽线下和线上渠道的覆盖面。线下方面,销售网络已覆盖全国30多个省份,经销商客户数量超过3000个,全国大型连锁KA卖场亦实现全覆盖。线上方面,公司在天猫、京东、拼多多这类传统综合性电商平台均开设了品牌旗舰店,同时也入驻了京超、猫超开启B2B模式,实现了对大多数网购消费者群体的覆盖,多次创造挂面类目TOP1的佳绩。

此外,公司特别注重新兴渠道的开发,加速在抖音、快手上的布局,利用短视频、直播与消费者互动,增强品牌认知度;公司还在不断的开发微信小程序、微商城发力私域社区运营,拉近与消费者之间的距离,助力流量获取。

对于今年的品牌营销规划,陈燕表示:“今年公司仍将坚持大IP策略,与头部影视综艺内容开展合作,基于大IP内容,进行二次内容创作在互联网上进行传播。公司也将基于企业社会责任及品牌形象建设,生产内容并加大传播力度,坚持内容自生产和与外部机构合作相结合的内容生产模式,优化自媒体运营,打造新媒体矩阵。”

对于克明食品的发展前景,上述券商分析师给予了客观的预判:“公司在传统食品行业里已经跑出了全新的模式和逻辑,结合推陈出新的优质产品、全渠道的精准营销以及面制品供应链一体化三大优势,在消费复苏的大环境基础上,业绩有望实现平稳的增长。”

惠伦晶体持续亏损 拟引入国资扭转危局

■本报记者 张军兵
见习记者 解世豪

4月25日,惠伦晶体发布2022年年报和2023年一季度报。数据显示,2022年,惠伦晶体实现营收3.95亿元,同比下降39.74%;归母净利润为-1.35亿元,同比下降215.50%。今年一季度,公司业绩仍在持续恶化,报告期内实现营收5904.12万元,同比下降51.6%;归母净利润为-4131.31万元,同比下降868.71%。

对于2022年业绩下滑的原因,公司在年报中解释称,一方面,消费电子板块及通讯终端市场景气度下行,大部分电子终端产品订单下滑明显,公司主导产品整体量价齐跌。其中,2022年公司压电石英晶体元器件合计出货量约7.45亿只,同比下降21.10%。另一方面,因公司持续扩产投入产品线,产能利用率未达预期。

由于消费电子终端市场未见好转,导致公司库存仍处于较高水平。因此,公司2022年计提减值准备5641.39万元,其中存货跌价及合同履约成本减值损失为3114.17万元,固定资产减值损失为520.87万元。

在经营风险方面,惠伦晶体称,如果未来市场竞争加剧,公司产品价格仍有下降风险,可能导致毛利率出现下滑;同时,受未来产品市场竞争格局、原材料价格、供求关系等多重因素影响,公司募投项目存在不能达到预期经济效益的风险,出现每年新增大额折旧费用和摊销费,从而影响公司的经营业绩。

截至2023年一季度,在行业周期、消费电子疲软的影响下,公司亏损加大;存货仍在持续提升,从报告期初的3.28亿元升至3.41亿元。

一位接近公司的人士向《证券日报》记者表示,惠伦晶体所处的晶体元器件行业为电子行业中的细分行业,虽然行业仍有增长空间,但受下游市场波动影响较大,公司产品议价能力较弱。同时,公司此前定增募投过于乐观,未能充分考虑到近两年行业周期性中存在的产能消化不足风险,从而导致公司如今亏损较大。

深度科技研究院院长张孝荣同样表示:“虽然惠伦晶体目前掌握着行业中的技术优势,但公司规模较小抗风险能力弱,近九成收入来自晶体元器件,又高度依赖消费电子市场。而消费电子市场正陷入全球性低迷阶段,这对公司未来生存发展造成不小的挑战。”

面对当下业绩不振、行业低迷的情形,惠伦晶体正试图通过控制权引入国资来扭转危局。

在公布年报的前一天,公司发布关于筹划公司控制权变更的停牌公告,称控股股东新疆惠伦股权投资合伙企业(有限合伙)及实际控制人赵积清筹划公司控制权变更事项,初步方案拟包括股份转让、签署一致行动协议、表决权委托及上市公司向特定对象发行股票等。

根据公告,前述交易事项如顺利进行,在股份转让及表决权委托期间,交易对方将获得约10%的股份,并接受约9.7%股份对应的表决权委托;此外,惠伦晶体还将向交易对方发行股票,完成后,前述表决权委托将自动失效,届时交易对方预计持有公司20%至25%的股份。据悉,本次交易对方为某制造业国有企业。

惠伦晶体表示,此次事项将导致公司控制权变更。公司已于2023年4月24日起停牌,预计停牌时间不超过2个交易日。

对此,IPG中国首席经济学家柏文喜向记者表示:“如果能顺利引入国资,惠伦晶体或将更好地进行业务转型,实施业务转型,但这也要看新股东背景及实力,能否和公司形成业务协同等。”