

中国移动上半年实现营收5307亿元 全年万亿元目标已完成过半

■本报记者 李季宇

8月10日晚间,中国移动披露2023半年度报告。公告显示,今年上半年,中国移动实现营业收入5307亿元,同比增长6.8%,其中数字化转型收入达到1326亿元,同比增长19.6%,占主营业务收入比提升至29.3%。“公司新旧动能转换稳步推进,数字化转型收入占比持续提升,收入增长‘第二曲线’价值贡献进一步凸显。”中国移动方面表示。

上半年,中国移动实现归属于母公司股东的净利润762亿元,同比增长8.4%,每股收益3.56元,盈利能力继续保持国际一流运营商领先水平。

据了解,中国移动决定向全体股东派发中期股息2.43港元,同比增长10.5%。A股股息以人民币支付,金额为每股2.2247元。合计派发中期股息519.4亿港元(约合人民币475.51亿元)。2023年全年以现金方式分配的利润提升至当年公司股东应占利润的70%。

当日晚间,中国移动相关管理层出席业绩说明会,并重申年收入过万亿元的目标。“我们力争实现两个突破,一是

收入过万亿元,二是利润创历史新高,我想通过我们的努力,全年达到这样一个目标。”中国移动董事长杨杰表示。

收入结构持续优化

上半年,中国移动个人市场收入达到2594亿元,同比增长1.3%;移动客户9.85亿户,净增1038万户,其中5G套餐客户达到7.22亿户,净增1.08亿户。权益融合客户达到3.26亿户,净增3885万户;移动云盘月活跃客户达到1.76亿户,净增976万户;5G新通话高清视频使用客户达到1.01亿户,净增924万户。移动ARPU(每用户平均收入)为52.4元,持续保持行业领先。

在家庭市场方面,上半年,中国移动家庭市场收入达到649亿元,同比增长9.3%;家庭宽带客户达到2.55亿户,净增1115万户,行业领先。千兆家庭宽带客户规模已达6036万户,渗透率达到23.7%。智慧家庭应用增长贡献继续加大,家庭客户综合ARPU达到43.3元。

政企市场方面,上半年,中国移动政企市场收入达到1044亿元,同比增长14.6%。政企客户数达到2430万家,净增110万家。移动云收入达到422亿元,同比增长80.5%,其中IaaS(基础设施即

服务)收入份额排名top3,自有IaaS+PaaS(平台即服务)收入增速超100%。累计签约5G行业商用案例超2.5万个,上半年带动DICT项目签约金额达到209亿元,同比增长28%;5G专网收入达到25.1亿元,同比增长69.7%。

上半年,中国移动新兴市场收入达到235亿元,同比增长18.4%。上半年国际业务收入达到101亿元,同比增长25.9%。上半年数字内容收入达到130亿元,同比增长12.5%,云游戏全场景月活跃客户达到1.2亿户。

整体来看,今年上半年,中国移动收入结构持续优化。上半年,数字化转型收入对主营业务收入增量贡献达到84.1%,是公司收入增长的第一引擎。其中,行业数字化方面,DICT收入同比增长24.9%,达到602亿元。个人和家庭数字化方面,权益收入同比增长23.0%,达到102亿元;智慧家庭增值业务收入同比增长21.4%,达到173亿元。

研发费用同比增逾两成

公告显示,今年上半年,中国移动研发费用为85亿元,同比增长21.6%,占营业收入比重为1.6%。主要由于公司

持续增加研发投入,加强技术攻关与核心能力建设,为业务发展注入新动能。

今年上半年,中国移动算力服务稳步提升,自主研发算力网大脑、算力并网平台,算力网大脑首批通过信通院算力网大脑算网自智能能力认证,落地多个算力并网项目,纳管10余家厂商算力;积极打造“算龙头”,面向公众市场,推出“3+2+1”算力终端产品体系,面向政企市场,推广东数西算、弹性网络服务、智算服务、算力并网等算力融合产品。

人工智能方面,中国移动打造具有运营商特色的“九天”人工智能平台,形成从算法、平台、能力到规模化应用的产业级智能化服务能力,赋能内外部27个领域超830个应用;发布九天·海算政务大模型和九天·客服大模型,助力产业智能化、融合化。

“我们两款大模型已经发布,下一步很快还会发布新的大模型。”中国移动相关管理层表示:“我们希望能够通过AI技术和其他信息技术的融合创新,在各行各业都得到广泛的应用。”

中国移动管理层同时透露,公司正在规划建设亚洲最大的智算中心,现在在公司规划的总能力如果按大口径已经达到了5.8EFLOPS。

康希诺布局CDMO业务带来的思考

■张敏

又一家Biotech(生物技术公司)布局CDMO(医药外包服务)业务。

8月9日,康希诺公告称,公司与阿斯利康签署了《产品供应合作框架协议》,将向阿斯利康提供符合合同开发和生产服务以支持其mRNA疫苗项目,生产和供应特定产品,并提供相关特定服务。

值得一提的是,布局CDMO业务的Biotech不只是康希诺。此前,包括信达生物、东曜药业等在布局CDMO业务,其中东曜药业首席执行官刘军近日在接受媒体采访时直言:“公司已放弃了所有新药的研发,全面转型CDMO。”

梳理下来,创新药企布局/转型CDMO业务主要有两方面原因:一方面,在国家鼓励创新的背景下,生物医药创新的门槛提高,仿制药、低水平创新、重复式创新的生存空间已经越来越狭窄,并逐渐被市场淘汰。另一方面,前些年生物医药行业过热时,Biotech纷纷扩厂扩产,而在近两年产业寒冬下,多家企业收缩战线,并尝试将过剩产能用于拓展CDMO业务。

从目前来看,康希诺显然属于后者。此前,康希诺紧跟海外药企步伐,布局mRNA疫苗研发。截至

2022年末,其mRNA新冠疫苗已完成临床IIb期试验。此外,公司正在上海临港建设mRNA产业化基地,首期规划产能1亿剂,截至2022年末,已开始进行试生产。不过,随着市场环境以及需求的变化,康希诺的mRNA产能是否过剩、如何处理又引发关注。

如今,获得来自阿斯利康关于mRNA疫苗项目订单,对于康希诺而言可谓“双重利好”:一方面,康希诺收到来自跨国大药企的CDMO订单,侧面印证了康希诺的竞争力;另一方面,布局CDMO业务,可以为公司带来收入,缓解业绩压力。

不过,需要警惕的是,创新药企布局/转型CDMO业务,也存在诸多考验。比如,创新药企转型为医药外包服务企业,意味着角色从甲方转变为乙方,是否能顺利切换?如何避免同业竞争?是否会存在专利纠纷风险?此外,当下的CXO赛道竞争已经日渐白热化,创新药企此刻转型CDMO业务,是否有竞争优势?能否持续获得订单?这都是需要冷思考的。



*ST天润终止上市将摘牌 年内已有40家A股公司退市

■本报记者 桂小琴

8月10日晚间,*ST天润发布公告,公司股票已被交易所决定终止上市,将在8月11日摘牌。

公告显示,公司股票在2023年5月16日至6月12日期间,连续二十个交易日的每日收盘价均低于1元,触及了交易所规定的股票终止上市情形。因触及交易所强制退市指标被交易所作出终止上市决定,*ST天润不进入退市整理期。

值得关注的是,东方财富Choice数据显示,今年退市A股公司数量已达到40家。其中,15家因连续20个交易日收盘价低于1元退市,11家因最近两个会计年度的财务报告被出具否定意见或无法表示意见退市,其余公司则是因为其他终止上市情形退市。

上海明伦律师事务所王智斌律师对《证券日报》记者表示:“今年退市公司的数量较以往显著增加,这是资本市场生态持续优化的外在表现,是上市公司高质量发展必经的过程。”

北京社科院副研究员王鹏告

诉《证券日报》记者:“‘有进有出’的市场生态有利于提升上市公司质量,也有利于保护中小投资者权益。”

除了已经确定要退市的公司之外,还有多家上市公司目前徘徊在退市的边缘。8月份以来,已有多家公司发布公告,收到了交易所终止上市的决定。虽然在公告中,交易所表示,如果公司对终止上市决定不服可以申请复核,但相关公司未提及申请复核的事项。

例如,*ST阳光城于8月5日发布公告称,收到交易所的终止上市决定,原因是此前股价持续走低,连续二十个交易日收盘价低于1元,根据交易所的规定,触及终止上市情形。同时,因为触及交易所强制退市情形被交易所作出终止上市决定,不进入退市整理期,公司股票将于交易所作出终止上市决定后十五个工作日内摘牌。

王鹏表示,从现有案例来看,退市之后虽然可以重新上市,但重新上市的成功案例少之又少,这也倒逼了经营者打造企业的核心竞争力和稳健发展。

大幅下调股权激励业绩考核目标 新大正被追问是否存在变相利益输送

■本报记者 冯雨瑶

8月10日,深交所对新大正下发关注函,就公司于8月5日披露的《关于调整2021年限制性股票与2022年限制性股票激励计划公司层面业绩考核目标的公告》进行追问。

深交所要求新大正说明业绩考核目标调整的原因及合理性,是否存在通过降低业绩考核要求向相关董事、高级管理人员等激励对象变相输送利益,损害上市公司及全体股东利益等情形。

大幅下调业绩考核目标

2021年2月份,新大正推出2021年限制性股票激励计划,对2021年至2025年各考核年度设定了业绩考核目标,并于次年继续推出2022年限制性股票激励计划,考核目标与2021年限制性股票激励计划保持一致。

新大正表示,上述股权激励计划实施后,面对宏观经济形势等客观因素的超预期影响,公司克服艰难,实现了经营业绩的稳步增长,超额完成了2021年度目标,但2022年度业绩完成情况较目标仍有一定差距。基于上述情况,原先设置的2023年度至2025年度业绩考核指标实现难度大,不能充分调动员工未来工作的积极性。

据了解,新大正调整前的2021年限制性股票激励计划与2022年限制性股票激励计划公司层面业绩考核目标,均以2020年度数据为基数,2023年至2025年营业收入需分别增长200%、280%、360%,净利润需分别增长150%、210%、280%;调整后,公司层面业绩考核目标为,以2022年度数据为基数,2023年至2025年营业收入需分别增长20%、50%、90%;净利润需分别增长0%、30%、75%。

除营收、净利增幅同比均大幅下调外,从基数来看

调整前以2020年业绩为基数 ▶▶▶

营收、净利分别是13.18亿元、1.31亿元

调整后以2022年业绩为基数 ▶▶▶

营收、净利分别是25.98亿元、1.86亿元



新大正表示,调整后的公司层面业绩考核指标仍然具有挑战性,同时兼具了成长性可达性与可达成性,有利于充分调动激励对象的积极性和创造性,持续发挥激励计划的激励作用,不会对公司的财务状况和经营成果产生实质性影响。

据记者了解,新大正为一家独立的第三方物业公司,业务涵盖学校、航空、办公、商住等公建领域。近两年,公司业绩显现疲态。过往财务数据显示,2019年至2021年公司营收与净利润同比增幅均呈现逐年增长态势,2021年分别增至58.40%、26.57%;但2022年,这两项数据下滑至24.41%、11.80%。今年上半年,新大正营收虽实现正增长,但净利润已呈现负增长,报告期内公司实现营业收入14.75亿元,同比增长18.00%,实现归属于上市公司股东的净利润0.86亿元,同比下降7.42%。

是否存在变相利益输送?

对比调整前后的区别,记者发现,除营收、净利润增幅同比均大幅下调外,从基数来看,调整前的2020年营收、净利分别是13.18亿元、1.31亿元,调整后的2022年分别是25.98亿元、1.86亿元。

对于业绩考核目标的调整,深交所表示,公司2021年限制性股票与2022年限制性股票激励计划中,董事和高级管理人员获授的限制性股票数量占比分别为54.66%、72.00%,请结合激励对象任职情况、业绩考核指标设置等说明是否存在通过降低业绩考核要求向相关董事、高级管理人员等激励对象变相输送利益的情形,是否损害上市公司及全体股东利益。

“业绩考核目标的大幅下调可能引发市场和投资者的质疑。”湖南金州律师事务所合伙人易旭律师告诉记者,如果公司降低业绩考核标准,使得激励对象更容易达到这些目标,从而获得股权激励,那么就有可能涉及变相输送利益的问题。

“从财务数据看,新大正增收不增利现象十分明显,且公司现金流能力有所削弱,销售回款能力有待进一步提升,甚至2023年上半年净利润已开始下滑,导致公司业绩考核目标难以达成。此时若继续维持过高的考核目标,反而更不利于公司管理层的拼搏精神,但下调过多也从侧面透露出公司在制定股权激励计划时有失偏颇,未充分考虑实际的经营情况及市场竞争格局。”北京博星证券投资顾问有限公司研究所所长、首席投资顾问向星在接受《证券日报》记者采访时表示。

筹划发行H股 美的集团持续深化全球战略布局

■本报记者 王镜如
见习记者 解世豪

美的集团正筹划发行H股。8月10日,美的集团发布公告,公司董事会日前审议通过了《关于同意公司研究论证公司境外发行证券(H股)并上市事项的议案》。

对此,产经观察家、钉科技创始人丁少将表示:“近年来美的集团有两条重要路径,一个是科技化,从传统家电企业向科技集团转型,另一个是全球化的拓展,从中国本土市场向更广阔的全球市场拓展,而赴港上市也是一个重要布局方向,这有利于塑造更好的国际形象,引进国际资本,对其全球化业务扩张也会有帮助。”

不拘泥于“家电巨头”这一个标签,如今的美的集团是一家覆盖智能家居、

工业技术、楼宇科技、机器人与自动化和其他创新业务的全球化科技集团。

数据显示,2022年美的集团海外营收达1426.45亿元,同比增长3.63%,占营收比重为41.48%,同比提升约1个百分点。海外业务毛利率为23.58%,较2021年提升1.83个百分点。

截至2022年末,美的集团在全球拥有约200家子公司、35个研发中心和35个主要生产基地,员工超过16万人,业务覆盖200多个国家和地区。其中,在海外设有20个研发中心和18个主要生产基地,遍布十多个国家,海外员工约3万人,结算货币达22种。

美的集团表示,基于公司深化全球战略布局的需要,公司正在对境外发行证券(H股)并上市事项进行前期论证。

在符合境外监管机构相关要求的前提下,本次拟发行规模预计不超过发行完成后公司总股本的10%。

“美的集团赴港上市是为了进一步扩大全球化业务,加强在海外市场的的影响力。港股市场相对成熟,具备较高的国际认可度,上市公司可以为公司提供更多的资金支持和资源整合,有利于公司的发展和扩张。”IPC中国区首席经济学家柏文喜表示。

事实上,除此次筹划“A+H”上市外,美的集团近年在资本市场上也动作频频,一方面在加速分拆上市融资,另一方面增加对外投资,扩大业务版图。

分拆上市方面,今年7月29日,美的集团公告将分拆安得智联到深交所主板上市,认为此举有利于公司进一步理

顺业务管理架构,释放创新业务板块估值潜力,也有利于安得智联拓宽融资渠道,完善激励机制,提升企业竞争力。4月份,美的集团子公司美智光电第二次向深市创业板提交IPO申请。

对外投资方面,今年5月份,美的集团以22.79%的持股比例正式入主科陆电子;6月份,合康新能向美的集团定增募资不超14.73亿元,美的集团在合康新能直接及间接持股比例将从18.83%升至37.56%。

柏文喜表示,美的集团在积极寻求发展机会和战略布局,分拆上市可以更好聚焦和发展各个业务板块,提高业务专注度和灵活性。资本动作可以使公司获得更多资金支持,推动业务拓展和创新。

领英调整中国业务 称将着力服务中国企业“出海”

■本报记者 王丽新
见习记者 李静

进入中国9年多,领英的本土化策略终以失败收场。8月9日,领英宣布,旗下的中国本土化求职平台领英职场正式停止服务。

领英表示,领英职场始终面临着日趋激烈的市场竞争和宏观经济环境带来的挑战,这使公司最终做出了停止服务的决定。

据了解,早在今年5月份,领英就曾发布公告,领英职场将关停,不再支持任何相关业务,并删除所有个人账户数据。同时,领英宣布,将在中国区裁员,包括停止在中国设立产品和工程团队,以及缩减职能、业务和营销部门等700多个岗位。

资料显示,领英创建于2003年,是一个面向职场的社交平台,总部位于美国硅谷,于2011年5月份登陆纽约证券交易所。2014年,领英进入中国,并试图采用本土化的方式打开中国市场。

2015年,领英在中国推出了本土化社交App,将其定位为“最懂中国职场的社交App”。但上线仅四年,亦便于2019年下线。2021年12月份,领英再次聚焦“本土化”,正式发布领英职场,旨在帮

助用户连接职业机会,协助雇主找到理想的候选人。但仅仅不到两年该应用就被关停。

“领英深耕中国9年,但一直存在水土不服的问题,虽一直聚焦本土化战略,但以失败告终。”一位业内人士对《证券日报》记者表示,领英在中国发展期间,主要面对的受众是外企,但其用户基数一直较少,与国内头部招聘平台相比量级较小,所以会面临一定的经营压力。

萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊也认为,领英服务的客群和盈利模式都和国内其他招聘平台不同,其主要服务的用户是外企。目前来看,公司只是在根据市场变化进行调整。

据了解,关停领英职场并不意味着领英退出了中国市场。领英表示,将继续深耕中国市场。“我们将把中国业务的重点放在协助在中国经营的公司在海外的招聘、营销和培训上。”

领英CEO瑞恩·罗斯兰斯基曾在给员工的内部信中表示,从在C端的多年下沉探索,到专注B端的业务调整,领英在第一阶段的中国故事已经讲完,而下一阶段的主体任务将集中帮助中国企业“出海”。