

加快炼化业务转型升级 中国石油前三季度创历史同期最好业绩

■本报记者 向炎涛

10月30日晚间,中国石油发布2023年第三季度报告。按照国际财务报告准则,公司前三季度实现营业收入22821.35亿元(人民币,下同),实现归属于母公司股东净利润1316.51亿元,同比增长9.8%;经营活动现金流量净额、自由现金流分别同比增长8.8%、7.2%,财务状况健康良好。

中国石油表示,2023年前三季度,公司抓住国内宏观经济和油气市场需求复苏的有利时机,统筹生产经营、安全环保和改革创新,持续加大国内油气勘探开发和增储上产,加快炼化业务结构调整和转型升级,不断提升客户服务水平和销售能力,深入推进提质增效专项行动,油气两大产业链安全平稳高效运行,在油气产品价

格下降的情况下,经营业绩创历史同期最好水平。

报告显示,前三季度,中国石油继续大力加强油气勘探开发和增储上产力度,扎实推进新能源大基地建设,促进油气和新能源融合发展。海外业务抓住“一带一路”发展机遇,持续优化油气勘探业务布局和资产结构,不断提升海外油气资产质量,报告期内实现油气当量产量13.15亿桶,同比增长5.1%,其中原油产量7.06亿桶,同比增长4.3%;生产可销售天然气3.66亿立方英尺,同比增长6.1%。国内油气当量产量11.69亿桶,同比增长3.8%,其中,原油产量5.84亿桶,同比增长1.2%;生产可销售天然气3.51亿立方英尺,同比增长6.6%。油气和新能源业务实现经营利润1326.96亿元。

炼化业务方面,公司努力增产高附加值和特色炼油产品,推进“基础+高端”化工战略,大力发展特色优势化工产品,积极推进吉林石化、广西石化转型升级等重点工程建设。2023年前三季度,公司加工原油10.44亿桶,同比增长16.5%,生产汽油、柴油、柴油9245.1万吨,同比增长19.4%;生产化工产品商品量2610.5万吨,同比增长11.2%。炼化和新材料业务实现经营利润278.12亿元。

成品油销售方面,公司抓住国内宏观经济复苏、成品油市场需求回暖的有利时机,持续加大高效市场开发力度。2023年前三季度,公司销售汽油、柴油、柴油12562.4万吨,同比增长13.4%;国内销售成品油9307.9万吨,同比增长17.2%。销售业务实现经营利润

172.77亿元。

天然气销售方面,中国石油充分利用国内、国际两个市场,两种资源,持续优化资源结构,控制资源采购成本;发挥产业链一体化优势,全力加强产业链协同,持续优化市场布局和销售流向,努力提升高端高效市场占有率;加强市场分析研判,深化需求侧动态分析,持续提升客户服务能力和市场交易能力,不断提高营销质量和效益。2023年前三季度,公司国内销售天然气1553.64亿立方米,同比增长5.5%。天然气销售业务实现经营利润194.76亿元。

中国石油表示,2023年四季度,公司将继续发挥一体化优势,持续开展提质增效,推进改革创新,确保实现全年生产经营目标,为全体股东和社会创造更大价值。

云南白药前三季度净利同比增近80% 收缩证券投资重回业绩高增轨道?

■本报记者 李如是

10月30日晚间,云南白药发布2023年三季度报,前三季度实现营收296.89亿元,同比增长10.30%;归属于上市公司股东的净利润41.23亿元,同比增长78.90%。

报告显示,云南白药已处置了持有的全部小米集团股票及部分基金投资,交易性金融资产期末余额为2.87亿元,同比下降88.13%;同时,经营活动产生的现金流量净额同比增长了33.33%,原因为公司期内销售商品、提供劳务收到的现金较上年同期增加19.95亿元;购买商品、接受劳务支付的现金较上年同期增加8.18亿元。

有业内人士对《证券日报》记者表示:“云南白药处置了持有的小米集团全部股票及部分基金投资,可获得更多的现金流,用于支持公司的核心业务发展,也有助于提高公司的盈利能力。”

作为百年中药品牌,云南白药近年来面临发展困境。2021年,公司净利润首次出现了同比下降,从2020年的55.16亿元降至2021年的28.04亿元。2022年,公司净利润为30.01亿元,同比增长7%;营收为364.88亿元,同比增长0.31%。这与其在2013年之前的业绩高增速(连续多年净利润同比增幅保持在30%以上)相比,差距明显。

虽然气雾剂、创可贴、牙膏等业务的龙头地位仍然稳固,但如何打造新的利润增长点成为云南白药面临的考验。最新发布的这份三季度报或许给出了一个答案:公司正在收缩证券投资,聚焦主业,以重回高速增长轨道。

今年3月31日,云南白药发布了“证券投资风险管理办法”,设置了证券投资“警戒线”和“止损线”,平仓小米集团股票也是公司风险控制的一部分。在2022年,公司就陆续处置了持有的腾讯控股、恒瑞医药、通威股份、伊利股份等股份。

上述业内人士表示:“云南白药在股市‘割肉’后,进行了业务调整,将重心放在了核心业务上,例如中药制品的研发、生产和销售,这使得公司可以更专注于自身的优势领域,提高业绩。”

IPC中国首席经济学家柏文喜对《证券日报》记者表示:“随着保健品市场的竞争加剧及政策调整,中药企业要保持全球竞争力,需要在创新研发、品牌建设、国际市场拓展等方面加大力度。此外,中药行业产品同质化现象严重,也需进一步寻找差异化竞争优势。”

据悉,按照云南白药的发展计划,公司正在努力“从一个传统药企,发展为大健康产业的龙头”。除传统中药产品以外,公司在洗护用品、护理用品、药品、医疗器械、医药物流等领域,相继打造了云药资源交易平台、植物提取物、三七产品产业平台及原料药产业平台等。这能否为公司注入持续发展动力,还需持续关注。

持续推进产品结构调整 泸州老窖前三季度净利超去年全年

■本报记者 舒娅疆

10月30日晚间,泸州老窖披露2023年三季度报,前三季度实现营业收入219.43亿元,同比增长25.21%;实现归属于上市公司股东的净利润105.66亿元,同比增长28.58%,超过2022年全年。

从主营业务来看,泸州老窖聚焦“双品牌、三品系、大单品”,其中,国窖1573牢牢站稳中国“三大高端白酒”阵营,泸州老窖品牌系列产品呈现良好发展势头,同时,养生酒、中式果酿酒等创新产品持续培育,成为推动公司迈向年轻化、时尚化、健康化和国际化的生力军。

据悉,2023年以来,泸州老窖积极创新营销策略,“百城计划”稳步推进,公司市场攻坚和拼抢能力大幅提高。同时,全力推进重大项目建设,助力公司智能制造、供应链体系保障水平再上台阶。此外,公司持续增强品牌影响力,进一步提高品牌美誉度。

武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青在接受《证券日报》记者采访时表示,产品结构调整,强化渠道执行力和品牌美誉度的提升,是泸州老窖2023年前三季度业绩显著增长的主要原因。

“泸州老窖的产品结构调整获得了成功,公司目前实现了全价格体系、全产品概念、全包装形态的产品体系全覆盖,并且用四年时间实现了从100亿元到200亿元营收规模的跨越,公司产品现在均价已经突破400元,说明中高端产品销售占比提升稳定。”肖竹青表示,泸州老窖的营销体系执行力、快速应变机制在白酒行业中处于领先地位。

在行业竞争加剧、市场进一步向名酒企业和头部酒企集中的背景下,泸州老窖还可以从哪些方面发力,进一步巩固优势,从而实现突围? 知趣咨询总经理蔡学飞向《证券日报》记者表示,泸州老窖是中国传统老牌名酒,拥有世界级的高端品牌形象,强大的品质创新能力、全国性的渠道网络、完善的产品结构、良好的品质口碑以及庞大的消费人群。同时,国窖、特曲等产品在多个利基市场,拥有较好的市场销售基础,这些因素都将为公司发展提供帮助。

“未来,泸州老窖需要进一步加强信息化技术转型,提升企业经营效率,加快品牌年轻化创新,开发利口化、健康化与时尚化新产品,稳定价格体系,深化渠道商服务,抓住互联网与消费者时代核心价值,从而实现企业的高质量可持续发展。”蔡学飞说。

AI热潮下工业富联业绩创新高 第三季度净利润同比增近三成

■本报记者 李雯珊

见习记者 解世豪

10月30日晚间,工业富联发布2023年三季度报,公司第三季度实现营收1220.42亿元;实现归属于上市公司股东的净利润63.24亿元,同比增长28.42%。前三季度实现归属于上市公司股东的净利润134.85亿元,同比增长14.32%。在全球消费电子需求疲软的大背景下,受益于AI(人工智能)业务强劲增长,公司2023年第三季度和前三季度盈利水平平均创下公司上市以来历史同期新高。

对于盈利水平创新高的原因,工业富联相关负责人对《证券日报》记者表示:“面对全球经济发展放缓、市场整体需求疲软等不利因素,工业富联通过‘规模与利润’并重的经营策略,持续优化产品组合,提升高毛利产品占比,使得公司盈利能力、经营质量均得到大幅提升,高质量发展成效显著。”

据悉,受益于今年以来全球AI算力市场持续高速增长,工业富联AI服务器尤其是生成式AI服务器出货量不断攀升。在客户合作方面,工业富联扩大与英伟达的合作,不仅为英伟达独家供应A100、H100板卡,同时也是英伟达最新的GPU HPC平台独家设计生产交付供应商。同时,工业富联今年首次拿下了英伟达HGX AI服务器芯片基板的订单,加上早已拿到的DGX AI服务器芯片基板订单,目前已成为英伟达AI服务器芯片基板的最大供应商,占据了超过50%的市场份额。

工业富联方面表示,未来还将和英伟达共同开发“AI工厂”,计划建造大量基于英伟达CPU和GPU及其网络技术的计算系统,并配备英伟达的硬件和英伟达AI Enterprise软件,为制造数字化和生成式AI服务提供创新和动力。这意味着双方将携手加速推动生

成式AI在各个领域中的落地应用。

此外,AI赛道的持续火热也带动了高速网络通讯设备市场需求的快速增长,工业富联在高速交换机和高速路由器方面有着深厚布局,业务营收也实现快速增长。工业富联方面此前曾表示,400G交换机出货量快速增加,同时为主要客户打造的800G交换机产品预计2023年下半年将贡献营业收入,并自2024年起开始放量。

为应对产业升级新形势,工业富联围绕“深耕中国 布局全球”战略,持续加大国内高端智能制造领域的投资布局。今年以来,工业富联江西赣州园区以及河南济源5G终端精密制造项目先后宣布投产运营,其中,赣州智能制造园区是工业富联目前在中国投资最大、建设最新、数字化智能化程度最高的园区。此外,公司还在加速推进广东深圳、浙江杭州、绍兴等地的投资项目。

同时,工业富联通过强化对外科技服务能力,持续为我国打造制造业竞争新优势、实现制造业高质量发展提供助力。工业富联深圳观澜工厂今年已入选WCF灯塔工厂,成为全球首座精密金属加工灯塔工厂,公司参与打造的灯塔工厂数量增至6座。公司还连续五年入选工信部的工业互联网“双跨平台”,服务的数字化转型企业已超1500家。

此外,工业富联也在以ESG为抓手不断强化社会履责工作。公司在国内各园区加速推动绿色生产,目前已在全国建设了12座绿色工厂,其中7座国家级,5座省市级,计划2025年前将增至16座。此外,公司在深圳、天津、广西南宁等地已建成零废填埋厂7座,到2025年将达到19座。报告期内,工业富联正式成为了气候相关财务信息披露工作组(TCFD)支持机构,是国内首家成为TCFD支持机构的科技硬件设备制造企业。

比亚迪前三季度营收突破4000亿元 研发支出同比增近1.3倍

■本报记者 李昱丞

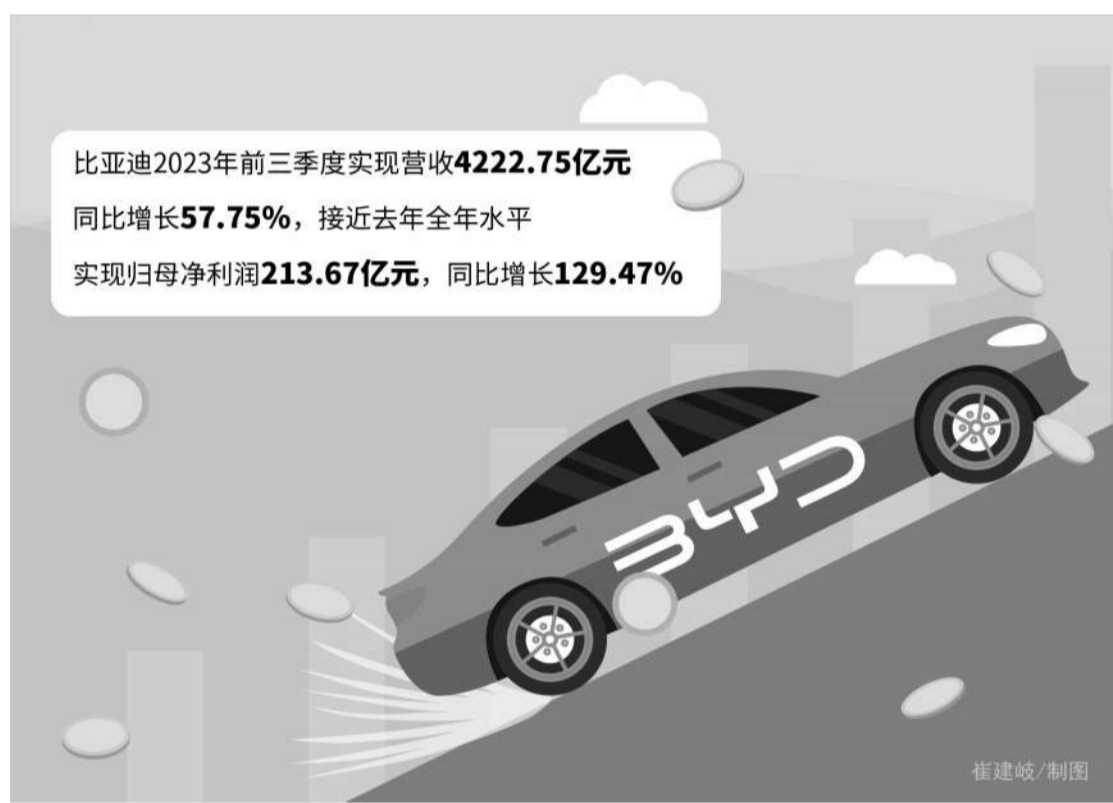
10月30日晚间,比亚迪发布2023年三季度报,公司前三季度实现营收4222.75亿元,同比增长57.75%,接近去年全年水平;实现归母净利润213.67亿元,同比增长129.47%。其中,第三季度实现营收1621.51亿元,同比增长38.49%;实现归母净利润104.13亿元,同比增长82.16%。

“比亚迪营收增长主要是新能源汽车销量增长所致。”江西新能源科技技术学院新能源汽车技术研究院院长张翔对《证券日报》记者表示,比亚迪产品矩阵完善,不断推出新的车型,能触及各细分市场消费者,以获得订单和销量。

据悉,比亚迪目前拥有比亚迪品牌、腾势品牌、仰望品牌和方程豹品牌的矩阵,覆盖从家用到豪华、从大众到个性化的各类需求。

比亚迪发布的产销简报显示,公司前三季度销售新能源汽车207.96万辆,居全球新能源汽车销量第一,同比增长76.23%。其中第三季度,比亚迪新能源汽车销量达到82.40万辆,同比增长52.96%。

值得一提的是,在第三季度,比亚迪的盈利能力显著提升,单季度毛利率达到22.12%,为近三年首次单季度超过20%,较第二季度提升3.4个百分点;前三季度比亚迪毛利率达19.79%,较去年同期提升3.9个百分点。



按照第三季度比亚迪104.13亿元的归母净利润计算,比亚迪在第三季度日赚超1亿元。扣除比亚迪电子第三季度15.28亿元的归母净利润,简单计算汽车业务单季度利润约为88.85亿元,对应第三季度82.40万辆的新能源汽车销量,单车盈利达到1.08万元,突破1万元大关,较第二季度增长超30%。

张翔认为,比亚迪单车利润不断提升,一方面是由于部分车型价格有所增长,另一方面有赖

于其规模经济效应,同时比亚迪资金周转快,形成了一个营收增长、加大研发投入、回笼现金的正向循环。

三季报显示,前三季度比亚迪研发投入达到249.38亿元,同比增长129.42%;前三季度实现经营活动现金净流量978.60亿元,同比增长7.50%。

除了汽车业务以外,比亚迪的电子业务也在今年前三季度实现了高速增长。比亚迪电子同日

披露的业绩报告显示,前三季度实现营收921.44亿元,同比增长29.50%;实现归母净利润30.44亿元,同比增长146.11%。

比亚迪电子表示,报告期内业绩增长主要受益于海外大客户份额提升及安卓客户需求回暖、新能源汽车和新型智能产品等业务持续高速增长,公司的产能利用率持续提升,业务结构进一步优化,盈利能力持续改善,盈利实现大幅增长。

隆基绿能前三季度实现净利116.94亿元 公司董事长拟不超1.5亿元增持股份

■本报记者 殷高峰

10月30日晚间,光伏龙头隆基绿能披露三季报显示,2023年前三季度,公司实现营业收入941亿元,同比增长8.55%;归属于上市公司股东的净利润116.94亿元,同比增长6.54%。

值得关注的是,当日晚间,隆基绿能同步披露公告称,基于对公司未来持续稳定发展的信心和长期投资价值的认可,为维护股东利益,增强投资者信心,公司董事长钟宝申拟增持公司股份,增持金额不低于人民币1亿元,不超过人民币1.5亿元。

整体来看,隆基绿能第三季度营收和净利润出现了同比下降。“这是受行业周期和研发投入增加影响,同时,当前市场上比较多的产能是TOPCon技术,公司认为这只是个过渡技术,并没有进行大规模的产能建设,而是选择了BC

电池技术,并开始加速布局,这也是公司着眼未来蓄力,通过技术创新使公司穿越行业周期和推动行业降本增效。”隆基绿能相关负责人对《证券日报》记者表示。

“今年以来光伏装机规模快速增长,但随着产业链各环节新增产能的快速扩张及产业链价格持续下降,光伏行业竞争进一步加剧,光伏产品的毛利率也在不断下降,这势必会压缩企业的盈利空间。”万联证券投资顾问屈放在接受《证券日报》记者采访时表示,隆基绿能今年前三季度业绩增速放缓,尤其是第三季度业绩出现一定程度的下滑,和光伏行业整体情况是一致的。

数据显示,过去18年国内光伏企业建设了380GW左右的全产业链项目;而近2年,行业又新建了超过380GW的全产业链项目。

“自2022年至今,隆基绿能已率先降低扩产速度,转而加速新技

术产业化步伐。”上述负责人表示。光伏行业在产能大扩张的同时,也进入了技术迭代期,TOPCon、HJT、BC以及钙钛矿等多种新电池技术成为业界关注的焦点。在新一代电池技术的选择上, TOPCon 电池成为了大多数企业的选择。据不完全统计, TOPCon 全产业链规划产能已超过1000GW,到2023年底, TOPCon 名义产能将超过6000GW。

在技术迭代的十字路口,隆基绿能坚定看好BC技术路线,并改变了过去BC技术难度大、成本高的状况,很快推出了HPBC电池和组件。

“公司在TOPCon技术上也有研发,但公司通过多方论证后,认为BC电池才是未来5年到6年的主流电池技术,并很快解决了BC电池的技术和成本难题。”上述负责人表示。

在确定了技术路线后,隆基绿能正加速在该领域的布局。“公司

聚焦高效BC技术迭代升级与产业化,持续提升HPBC产品量产良率和转换效率。随着公司高效BC技术研发的深入及产能建设推进,更高性能的HPBCpro电池产能预计将于2024年底开始投产。”

在屈放看来,隆基绿能更早布局转换效率更高的BC电池,有利于在今后保持更强劲的竞争力。“当前,行业已经开始进入洗牌阶段,具有技术、资金、资源等优势的企业才有可能穿越下行周期。”

据了解,从2012年上市至今,隆基绿能累计研发投入超过220亿元,累计获得各类专利2525项。

“未来光伏行业将处于内部激烈竞争、技术更新迭代的阶段,谁拥有了更为先进的技术,谁就将在赛道中脱颖而出。”屈放进一步表示,隆基绿能正加速新一轮技术周期布局和产能切换,随着旧产能存贷逐渐出清,新一轮技术周期红利将逐渐显现。