

食品饮料行业三季度报成绩单出炉： 16家营收超百亿元

■本报记者 谢 岚
见习记者 梁傲男

A股上市公司三季度收官，与民生息息相关的食品饮料行业整体表现如何？

根据东方财富Choice数据统计，A股124家食品饮料上市公司今年前三季度实现营收总额7896.83亿元，同比增长8.58%；实现归属于母公司股东的净利润合计1622.87亿元，同比增长15.26%。

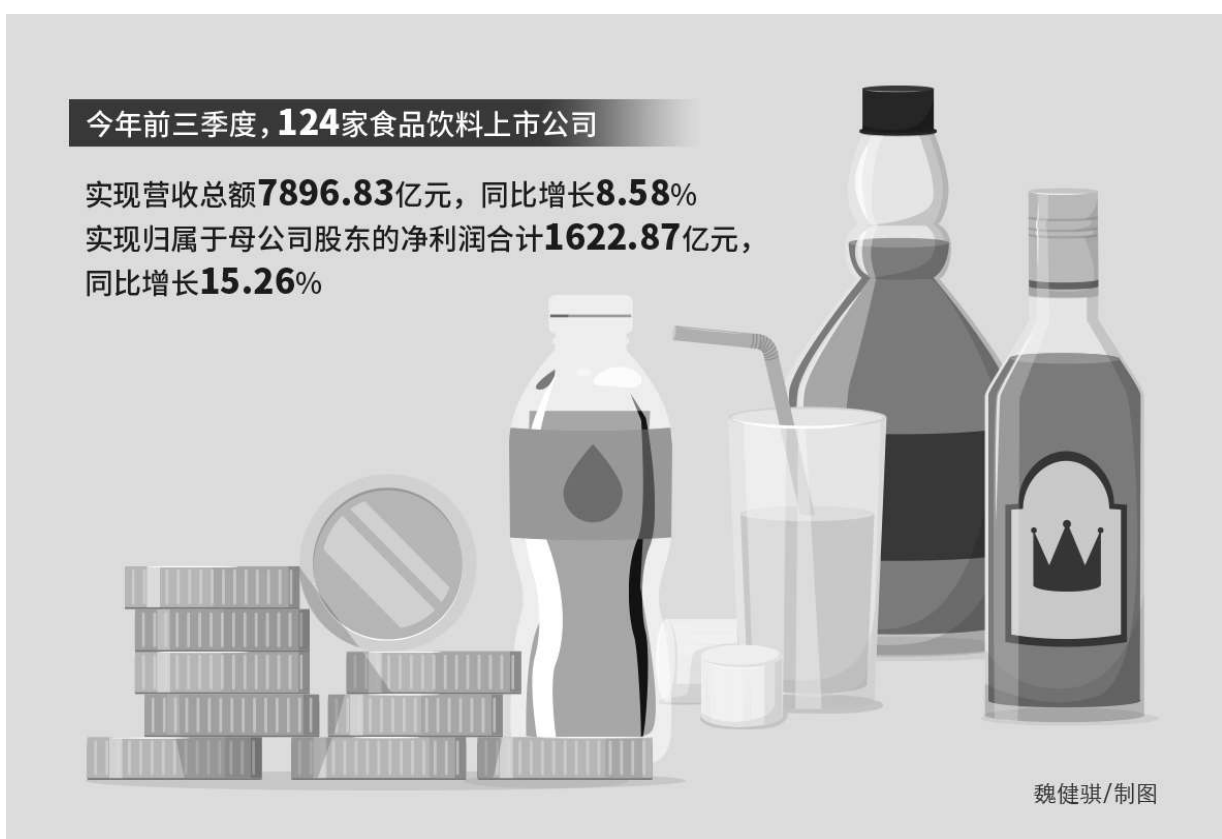
具体来看，有88家公司实现营收增长，桂发祥、均瑶健康等公司营收同比增幅均超100%。有16家公司营收超百亿元，其中，贵州茅台营收超千亿元。此外，有36家公司营收同比下降。

从净利润指标来看，有82家公司实现同比增长，其中15家企业净利润实现翻倍增长，金枫酒业增幅最大，为794.89%。另外，有19家企业前三季度业绩亏损。

不同细分领域的企业业绩分化较为明显。整体来看，酒企的表现要好于其他细分领域。其中，20家白酒企业前三季度营收合计为3111.62亿元，净利润合计为1189.79亿元，分别占食品饮料行业整体的四成和超七成。

而前述19家业绩亏损的公司中，有7家公司来自酒行业，其他则属于食品加工和乳业。其中，中炬高新亏损额最大，为12.72亿元。

经营活动现金流量净额直接反映了企业的经营状况，是评估企业健康程度的重要指标。《证券日报》记者



梳理发现，124家食品饮料上市公司前三季度经营活动产生的现金流量净额合计为1599.71亿元，同比增长68.8%。其中107家公司经营活动产生的现金流为正。

具体来看，贵州茅台、五粮液、伊利股份经营活动产生的现金流量净额超百亿元。另外，经营活动产生的现金流量净额在10亿元至99亿元之间的公司有20家，另有17家

公司经营活动产生的现金流量净额为负。

“随着食品饮料行业竞争加剧，马太效应进一步凸显。第四季度是传统的消费高峰期，食品饮料行业业绩预期将更为乐观。”广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬对《证券日报》记者表示。

财信研究院副院长伍超明在接受《证券日报》记者采访时也表示，四

季度接触型服务消费增长空间巨大，餐饮等服务消费有望继续保持较快增长，预计全年社会消费品零售额有望增长8%。

国盛证券研报表示，四季度是布局食品饮料的较好时间点，看好2024年需求的持续改善，建议加大配置比例。当前食品饮料板块整体估值逐步向2020年历史低位下探，配置性价比较高。

数智化效能提升降本成效显著 伊利股份前三季度净利同比增16.36%

■本报记者 贺玉娟

10月30日，伊利股份发布2023年三季度报显示，前三季度公司实现营收970.9亿元，同比增长3.84%；实现归母净利润93.8亿元，同比增长16.36%；实现扣非净利润84.54亿元，同比增长11.51%。从单季度来看，第三季度公司实现营收311.09亿元，同比增长2.71%；归母净利润30.74亿元，同比增长59.44%；扣非净利润26.57亿元，同比增长56.95%，营收、净利均创下历史新高。

降本成效显著是公司前三季度净利大幅提升的主要原因之一。

数据显示，前三季度公司管理费用率及销售费用率分别较去年同期下降11个基点、82个基点，费用管理效能大幅提升。此外，公司前三季度毛利率较去年同期提升32个基点，

成本优化效果同样显著。

此外，对于第三季度公司归母净利润大幅提升59.44%，伊利股份方面表示，主要系销量增长、成本端下降以及交易性金融资产的公允价值变动损益增加所致。

具体来看，前三季度伊利股份液奶、奶粉及奶制品、冷饮三大业务均实现稳健增长。液奶业务仍稳居行业第一，并呈现出逐季走强趋势。数据显示，前三季度，伊利股份液奶营收654.32亿元，同比增长2.07%；第三季度收入达230.09亿元，同比增长4.48%。

奶粉及奶制品业务方面，前三季度伊利股份奶粉市场份额逆势增长，领跑行业，其成人奶粉保持快速增长，市占率提升至23.9%，稳居细分市场第一。整体来看，其奶粉及奶制品实现营收199.22亿元。

此外，前三季度伊利股份的冷饮业

务也保持双位数高速增长，市占份额稳居行业第一，实现营收103.83亿元。

整体而言，对于前三季度业绩实现稳健增长的原因，伊利股份方面表示，公司坚持以消费者为中心，主动求新求变。一是，基于关键技术突破的创新产品一再“引爆市场”；二是，全链数智化赋能下整体运营效率显著提升，正在形成强劲活跃的“新质生产力”。同时，新的竞争优势也在助推公司经营业绩持续增长，将为行业高质量发展开辟新的路径。

而作为亚洲乳业龙头，伊利股份在数智化转型方面起步早、发展快、成果显著，目前正在形成集绿色、智慧于一身的乳业“新质生产力”。

据介绍，在中游生产环节，伊利股份在全国所有工厂均已实现了智能化布局，通过数智化全面提升生产力，达到生产效率倍增的效果。以伊

利现代智慧健康谷的液态奶全球智造标杆基地为例，目前液奶基地灌装生产效率提升近2倍，是全球灌装速度最快、自动化和智能化水平最高的灌装生产线。

对于数智化带来的成效，伊利股份表示，目前“数智化”技术的应用正在大力提升公司运营效率、降低成本。推动全产业链数智化转型以来，公司端到端的产品创新周期缩短20%，间接采购效率提升40%，采购成本对比市场下降10%，对比行业市场的整体采购成本一直保持5%到7%左右的优势。

对于伊利股份前三季度超预期的业绩表现，一位行业分析师表示，伊利股份数智化成效显著是重要原因之一，未来随着公司数智化体系建设进一步成熟，对公司发展将大有助益。

锂价下跌多家锂矿企业业绩承压 上市公司多措并举规避风险

■本报记者 李立平

上海钢联发布数据显示，10月31日，电池级碳酸锂均价报17.20万元/吨，相比今年6月30日的30.6万元/吨，跌幅超40%。

锂价下跌拖累多家锂矿上市公司业绩。例如，青海省盐湖提锂“双雄”藏格矿业、盐湖股份2023年前三季度业绩均出现不同程度的下滑。另有上市公司表示，公司主营产品受市场环境因素影响，销售价格下降，利润总额随之下降。碳酸锂价格波动之下，市场供需情况如何？后续走势又将如何？

锂价下跌致业绩承压 考验企业成本控制能力

锂价的波动变化直接影响到锂矿企业的业绩表现，部分上市公司出现营收、净利润下滑，甚至亏损的情况。

10月31日，盐湖股份发布的2023年三季度报显示，公司前三季度实现营业收入157.9亿元，实现归属于上市公司股东的净利润约为56亿元，两项指标同比均

有所下滑。对于营收下降，盐湖股份表示，主要原因是报告期内主要产品钾肥及碳酸锂售价较上年同期下降所致。

此外，盐湖提锂板块另外一家上市公司藏格矿业披露的三季度报显示，1月份至9月份，公司营业收入为41.89亿元，归属于上市公司股东的净利润为29.69亿元，两项指标也分别同比下降。

分析人士称，锂价下跌致使行业业绩出现分化，该领域上市公司的成本控制能力愈发重要，以盐湖股份、藏格矿业为代表的盐湖提锂企业仍将具有一定竞争优势，业绩也比较抗压。

藏格矿业董事会秘书李瑞雪向《证券日报》记者介绍，公司旗下藏格锂业碳酸锂2022年平均销售成本为31495元/吨，2023年上半年平均销售成本为41495元/吨，随着2023年二季度卤水品位的回升和下半年产量的提高，有望降低全年平均销售成本。

三大因素 有望对锂价形成支撑

“目前部分外购锂辉石厂因亏损损

继续减产，碳酸锂的供给端出现一定程度的缩减，需求端库存一直维持较低水平。”盐湖股份有关人士向《证券日报》记者表示：“从行业长期发展趋势来看，未来新能源汽车、储能电池等领域对碳酸锂的需求持续增加，可支撑碳酸锂价格回归理性。”

巨丰投顾高级投资顾问李名金向记者表示：“碳酸锂价格波动，主要受供需关系变化影响，之前高价引发的供给增加，导致期、现市场价格持续下跌。不过从长远来看，碳酸锂的实际需求一直都在，碳酸锂价格维持在一个合理区间有利于促进产业链健康发展。”

排排网财富管理研究部副总监刘有华向《证券日报》记者表示，碳酸锂产能下降、上游企业挺价意愿增强以及新能源汽车产销的持续走高，有望对碳酸锂价格形成支撑，带动碳酸锂价格企稳回升。

“其一，冬季将至，气温越来越低，卤水的吸附效率会随之降低，因此盐湖提锂产能可能进一步下降；其二，碳酸锂价格已经跌至外采锂矿为主的锂盐公司的成本线附近，若碳酸锂价格进一步下跌，意味着上游企业将陷入亏损，

因此眼下上游各企业减产挺价意愿在进一步增强；其三，碳酸锂需求主要来自新能源汽车，而在新品集中上市以及降价后性价比大幅提升等因素刺激下，接下来新能源汽车产销有望持续走高，带动碳酸锂需求提升。”刘有华向记者表示。

根据市场变化，多家上市公司积极采取措施熨平行业周期。

如藏格矿业表示，公司将根据碳酸锂生产及销售情况，适时开展碳酸锂产品套期保值业务，来应对价格下滑所带来的风险。“公司已向广州期货交易所申请碳酸锂指定交割厂库，碳酸锂期货还未开始交易。”李瑞雪向记者介绍。

金圆股份也于10月27日发布《关于开展套期保值业务的可行性分析报告》称，公司在保证正常生产经营的前提下，根据市场情况，充分利用期货市场套期保值的避险机制，尽最大可能规避碳酸锂产品价格波动带来的风险，控制经营风险，提高公司抵御市场波动和平抑价格震荡的能力，实现稳健经营的目标。

我在现场

长城汽车前三季度销量、业绩“三级跳” 欲做高端新能源市场顶级“玩家”

■本报记者 张晓玉

10月30日，长城汽车举办第三季度财报媒体沟通会。第三季度，长城汽车实现营业收入495.32亿元，同比增长32.63%；实现归母净利润36.35亿元，同比增长41.94%；实现扣非归母净利润30.58亿元，同比增长34.04%。

长城汽车总裁穆峰在接受媒体采访时表示，公司的业绩增长得益于全球市场布局、品牌调整以及车型细分市场调整。长城汽车在某些细分市场加大布局，同时精简了部分车型，以更好地适应市场需求。这些调整客观上使公司在第三季度实现了整体业绩的良好增长。

展望四季度，穆峰表示：“11月份、12月份以及明年1月份是汽车市场的传统旺季，一个旺季可能带来全年四成或五成的业绩。未来三个月我们一定会全力以赴。”

营收呈阶梯式增长

财报显示，长城汽车2023年前三季度实现营业收入1195.04亿元，实现归属于上市公司股东的净利润49.95亿元，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润38.07亿元。分季度来看，今年前三个季度长城汽车营收分别为209.39亿元、409.33亿元及495.32亿元，呈现阶梯式增长；净利润分别为1.76亿元、11.87亿元、36.35亿元，第二、三季度环比分别增长581.30%、206.10%。第三季度扣非归母净利润达到30.58亿元，创长城汽车单季度历史新高。

对于长城汽车的业绩表现，公司首席财务官李瑞峰表示：“去年四季度以来，长城汽车战略转型有了更清晰的布局。我们已经明确了未来长期主义和转型的路径，比如我们要进行整个体系的改革，给经销商减负等。长城汽车的长期主义战略一直是体系化提升的，第三季度长城汽车迎来了销量和利润的双重增长，这一亮眼成绩得益于长期的积累与努力。尽管7月份、8月份是传统的销售淡季，但长城汽车在这两个月里仍然实现了销量环比上升，并取得了可观的利润。”

除业绩之外，长城汽车销量也实

现了“三级跳”。相关公告显示，今年前三季度，长城汽车销量达86.40万辆，同比增长7.69%；海外累计销售21.17万辆，同比增长89.45%。分季度来看，长城汽车销量在前三季度实现阶梯式增长，第二季度销量29.93万辆，同比增长36.05%；第三季度销量34.48万辆，环比增长15.22%。前三季度，长城汽车新能源车销量占比分别为12.64%、21.86%、22.37%，海外销量占比达23.63%、24.04%、25.45%。

李瑞峰表示：“在出口车辆中，燃油车仍然占据了相当大的比重。在国内竞争日益激烈的新能源领域，长城汽车无论是在技术还是品牌方面，都已逐步形成了领先优势。而在海外市场，长城汽车在新能源领域尚未完全发力。目前，长城汽车的五大品牌燃油车在全球市场的适应性很强。公司计划在明年完成在各个市场的新能源布局，以便在具备上市和推广条件的情况下，顺利推出新产品。”

毛利率显著提升

前三季度，长城汽车15万元以上高价值车型占比持续提升，销售占比分别为15.28%、21.32%及23.53%。单车售价从第一季度的13.20万元提升到第二季度的13.68万元，第三季度达到14.36万元，环比增加0.69万元，同比增加1.20万元。综合毛利率从第一季度的16.07%提升至第二季度的17.41%，第三季度毛利率增至21.66%。

对于毛利率的增长，长城汽车首席财务官李红栓对记者表示：“这有赖于产品结构持续优化、出口份额的增长以及规模效应带来的降本，让公司盈利能力进一步增强。海外销量的大增也使整体盈利能力提升。”

在此次业绩说明会上，长城汽车方面透露，公司致力成为国内高端新能源市场的顶级“玩家”。今年四季度和明年，公司将进一步推出哈弗新枭龙MAX、魏牌全新全尺寸旗舰级SUV、蓝山高阶智驾版本、新拿铁、欧拉闪电猫暗夜版以及坦克旗下新车等十余款全新车型，持续提升产品竞争力并丰富产品矩阵，覆盖更加广泛的市场。

微芯生物第三季度营收同比降10.66% 投资者关注能否完成年度20%增长目标

■本报记者 丁蓉

10月31日，微芯生物披露2023年三季度报，前三季度公司实现营业收入3.49亿元，同比增长3.85%；扣非净利润为1.08亿元，主要是公司失去对成都微芯新城生物技术有限公司的控制权后的剩余股份按公允价值计算并确认的投资收益。而微芯生物前三季度扣非净利润亏损1.96亿元，创上市以来最大亏损。

此外，微芯生物原创新药的商业化进程一直备受投资者关注。例如，“公司在年初预计营收增长20%，目前来看能否实现”“对于四季度经营目标，公司是否下调了预期”。微芯生物董事长、总经理鲁先平并没有正面回应，他表示：“公司的经营数据请以公司披露的定期报告为准。”

微芯生物主要产品为原创新药，2023年前三季度西达本胺销售收入约3.22亿元，同比增长4.82%，占公司营业收入的比重为92.26%。西格列他钠自2023年3月份开始执行医保价，前三季度实现销售收入1768万元。

公司第三季度营业收入下滑，成为投资者关注的焦点。鲁先平向《证券日报》记者表示：“这是公司在报告期内只收到海外销售分成收益，未有里程碑收入所致。”三季度数据显示，前三季度公司海外许可收入下降，仅为455.03万元，同比下滑69.86%。

值得注意的是，在今年5月份接受机构调研时，微芯生物就已经将去年3月份在投资者关系活动中公开宣称的2023年营业收入“预期增长50%”的目标，下调为“预计20%”。而从今年前三季度的业绩表现来看，距离这一目标相去甚远。事实上，微芯生物的营业收入

增速自去年起就放缓。2021年、2022年、2023年前三季度公司营业收入增速分别为59.74%、23.11%、3.49%。

数据显示，微芯生物前三季度归母净利润为1.08亿元，主要是公司失去对成都微芯新城生物技术有限公司的控制权后的剩余股份按公允价值计算并确认的投资收益。而微芯生物前三季度扣非净利润亏损1.96亿元，创上市以来最大亏损。

此外，微芯生物原创新药的商业化进程一直备受投资者关注。例如，“公司在年初预计营收增长20%，目前来看能否实现”“对于四季度经营目标，公司是否下调了预期”。微芯生物董事长、总经理鲁先平并没有正面回应，他表示：“公司的经营数据请以公司披露的定期报告为准。”

微芯生物主要产品为原创新药，2023年前三季度西达本胺销售收入约3.22亿元，同比增长4.82%，占公司营业收入的比重为92.26%。西格列他钠自2023年3月份开始执行医保价，前三季度实现销售收入1768万元。

公司第三季度营业收入下滑，成为投资者关注的焦点。鲁先平向《证券日报》记者表示：“这是公司在报告期内只收到海外销售分成收益，未有里程碑收入所致。”三季度数据显示，前三季度公司海外许可收入下降，仅为455.03万元，同比下滑69.86%。