

近七成上市车企前三季度盈利 商用车板块触底回暖净利增速领跑

■本报记者 龚梦泽

上市车企2023年三季报已披露完毕。同花顺iFinD统计数据显示,沪深两市22家汽车整车上市公司前三季度整体业绩表现相对平稳,15家车企实现盈利,占比68%;16家实现净利润同比增长,约占73%。

比亚迪、上汽集团和长安汽车位居净利润榜单前三名,前三季度分别实现213.7亿元、114.1亿元和98.8亿元净利润。从净利润同比增幅来看,商用车板块实现领跑,其中,宇通客车凭借703%的增幅位居首位。7家亏损公司中,ST曙光、北汽蓝谷和赛力斯净利润垫底,前三季度净利润分别为-2.48亿元、-22.9亿元和-32.5亿元。

合计实现营收1.55万亿元

据《证券日报》记者不完全统计,前三季度,沪深两市22家汽车整车上市公司总营收达1.55万亿元,合计实现净利润526.9亿元,相较于去年同期分别上涨20.9%和39.5%。2023年前三季度,平均每家车企净利润23.95亿元,较去年同期增加6.77亿元。

上汽集团前三季度实现营业收入4222.75亿元,同比增长57.8%;净利润213.7亿元,同比增长129%,成为前三季度净利润最高的车企。

长安汽车也实现营收净利双增长。前三季度,长安汽车营业收入达1082.1亿元,同比增长26.78%;归母净利润为98.8亿元,同比增长43.22%。长安汽车表示,“整体来看,收入增幅高于销量增幅,利润增幅高于收入增幅,保持既有规模、又有效益的良性发展。”

上市整车企业2023年三季报已披露完毕▶▶
沪深两市22家汽车整车上市公司前三季度整体业绩表现相对平稳
15家车企实现盈利,占比达到68%



崔建斌/制图

长城汽车的表现同样可圈可点。前三季度,公司实现归母净利润49.95亿元,第一、第二、第三季度净利润分别为1.74亿元、11.87亿元、36.35亿元,第二、第三季度分别环比上涨581.30%、206.10%。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示,今年三季度,我国汽车产销整体表现好于预期,市场总体呈现“淡季不淡、旺季更旺”态势。预计随着各项促汽车消费、稳增长政策持续落地,将对四季度汽车市场形成有力支撑,有助于汽车行业实现全年稳增长目标。

商用车市场明显回暖

前三季度,商用车市场回暖成为

一大亮点,宇通客车、江铃汽车、安凯客车等商用车企均实现了营收净利双增长。其中,宇通客车凭借7倍的净利润增速实现领跑,福田汽车和一汽解放紧随其后,显示出商用车市场触底回暖的趋势。

公告显示,前三季度,宇通客车实现净利润10.51亿元,同比增长703%;福田汽车实现净利润7.9亿元,同比增长227.5%;一汽解放实现净利润4.1亿元,同比增长163.2%。

对于业绩的增长,一汽解放方面表示,主要是受益于商用车市场行业需求回暖。同时,报告期内公司持续提升产品力,着力各细分市场均衡发展,天然气重卡扩大销量,海外出口再创新高,均促成了公司净利润的增长。

“一汽解放的业绩飘红比较有个

代表性,体现出目前商用车头部企业的发展近况。”中国新能源汽车产业创新联盟理事高云鹏认为,一方面,商用车企业在持续强化自身核心技术能力,同时布局智能化和电动化,加大研发投入。另一方面,还与市场环境的总体变化密不可分,销量增长推动企业业绩大幅好转。

中汽协数据显示,1月份-9月份商用车销量293.9万辆,同比增长18.3%;出口54.9万辆,同比增长30.2%。华泰证券研报称,今年全年,商用车行业有望保持国内温和复苏、出口持续强劲的趋势。

展望四季度,中汽协副总工程师许海东对《证券日报》记者表示,综合目前情况看,今年国内汽车产销有望均超过2800万辆,创历史新高。

车企研发与出海两手抓 加速抢占市场应对竞争

■本报记者 刘 钊

随着三季报披露结束,汽车行业经营情况也浮出水面。在行业竞争白热化的背景下,前三季度,多数车企加大研发投入以增强研发实力,还有不少头部企业选择出海,在海外市场发展势头。

“汽车市场已进入白热化竞争态势,在此情况下,强化研发投入是必然之举。”盖世汽车研究院高级总监王显斌在接受《证券日报》记者采访时表示,“当前,汽车产业出海已是主流趋势,主要在于中国整车及核心零部件企业已在相关领域获得先发优势,东南亚、欧洲等海外市场对于新能源汽车政策导向明显,市场处于快速增长阶段。中国汽车产品具备性价比优势,海外市场毛利相对较高。”

14家公司研发费用超10亿元

记者梳理数据发现,在申万汽车行业分类的281家A股上市公司中,有277家公司披露了2023年前三季度的研发费用。其中,有14家公司的研发费用超

过10亿元,比亚迪以249.38亿元的研发费用位列榜首,上汽集团、潍柴动力紧随其后。有215家公司的研发费用较去年同期有所增长,占比约77.62%。

“汽车行业属于资金、技术和人才密集型产业,产品研发投入非常明显,主要在于汽车核心平台研发,核心技术投入周期长,资金需求非常高,特别是自动驾驶技术对于传感器融合、场景功能部署应用、数据闭环管理、云端与云端建设投入非常大。”王显斌进一步表示,“主流车企都在强化智能化技术自研和深度布局。”

从研发费用占营业收入的比重来看,威帝股份以24.48%的占比领先,精进电动、菱电电控、豪恩汽车等公司的占比也超10%。全行业研发费用占营业收入比重的均值为4.82%,115家公司在均值水平以上。

兴华基金汽车行业研究员沈翔告诉《证券日报》记者:“在汽车行业竞争日渐白热化的背景下,企业必须依靠不断创新在电动化和智能化上有所突破,才能从众多竞品中脱颖而出,占据更多的市场份额。同时,只有拥有了足够的技术储备才能更好地抓住机

遇,从而占据未来发展主导权。”

头部车企积极出海

中国在汽车销售和生产方面处于全球领先地位,在国内汽车市场竞争日渐白热化的背景下,不少头部车企将目光投向海外。

据中国汽车工业协会整理的海关总署数据,今年1月份至9月份,全国汽车商品累计进出口总额同比增长14.6%,其中出口金额同比增长33.9%。9月份,汽车商品进出口总额环比增长3.8%,同比增长15.7%。

艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅告诉《证券日报》记者,中国汽车的出口以燃油车为主,主力车型主要为小型或紧凑型SUV。以比亚迪、广汽集团等国产品牌为代表的新能源汽车在海外市场受到欢迎,品牌接受度不断提升。

以广汽集团为例,广汽集团总经理冯兴亚日前对外宣布,广汽集团将积极布局海外市场。据悉,广汽集团旗下公司广汽国际将于11月中旬在墨西哥举办品牌上市活动。“此次将墨西哥正式纳入市场版图,标志着广汽国际在美洲

又迈出了坚实一步,接下来,广汽国际还将继续推动全球化进程,加快产品导入速度。”广汽集团相关负责人表示。

比亚迪则将目光投向欧洲。10月17日,比亚迪宣布正式进入匈牙利乘用车市场。自2022年在巴黎车展上宣布进入欧洲乘用车市场以来,比亚迪已步入欧洲19个国家。截至目前,比亚迪新能源汽车已进入日本、德国、澳大利亚、巴西等53个国家和地区。比亚迪集团董事长兼总裁王传福此前表示,公司已做好充分准备,满足未来海外市场不断增长的需求。

长安汽车也在海外“硕果累累”,目前其足迹已遍布全球70多个国家。“在多年未进行价格调整的情况下,长安汽车也已正式设立欧洲总部,计划全新开发并导入一系列本土化产品。

沈翔认为,如今我国汽车产品“出海”,不再是以前以中低端燃油车为主,很多中高端新能源汽车产品在海外市场表现良好,甚至在电动化、智能化等方面已经超过了国外同类型车型,这说明中国汽车产品在海外市场已经有了技术、品质等多方面优势。

151家半导体上市公司超七成盈利 8家研发费用同比增超100%

■本报记者 贾 丽

在行业持续去库存、产能利用率提升的背景下,半导体上市公司前三季度业绩表现备受市场关注。东方财富Choice数据显示,截至11月1日,已有151家半导体上市公司披露2023年三季报,合计实现营业收入约3523亿元,较去年同期几乎持平;合计实现归母净利润约193亿元,较去年同期下降约54%。

“目前,大部分半导体上市公司已建立相对完善的产业链并拥有自主知识产权,虽然前三季度业绩承压,但企业通过积极去库存及进行现金流管理,提效降本、将资金投入关键技术领域。在新能源、AI等行业强劲需求的带动下,半导体行业有望逐步回暖。”中国联合国采购促进会副秘书长宋嘉在接受《证券日报》记者采访时表示。

终端需求出现复苏迹象

在目前已披露三季报的151家半导体上市公司中,有70家公司前三季度营收实现同比增长;107家公司实现盈利,占比超七成;另有111家公司归母净利润同比出现下降,占比约为74%。

自去年二季度至今,半导体行业已经历了连续六个季度的下行。受此影响,百余家半导体上市公司今年前三季度出现归母净利润下滑,主要集中在SoC芯片及软件研发、芯片设计、封装测试等领域。多家上市公司在财报中表示,由于下游客户持续去库存,报告期内市场需求偏弱,从而影响了业绩。

不过,横向对比业绩数据,超60%的半导体上市公司在今年第三季度实现归母净利润环比增长。而这也被业内认为是半导体行业反弹的关键信号。

“从第三季度开始,终端需求出现缓慢复苏迹象,同时品牌端的库存也趋于健康水平,去库存的步骤已经基本完成,并转为按需采购模式,这也带动半导体企业业绩呈现恢复态势。”北京迪显信息咨询总经理崔吉龙对《证券日报》记者表示。

相较而言,半导体设备及材料主流上市公司业绩依旧稳健,多家公司表示订单量充足。数据显示,今年前三季度,超七成半导体设备和材料上市公司实现了营收同比增长。与此同时,新能源汽车、光伏、工控等行业的需求提升,也带动了功率器件、刻蚀设备等企业的订单量增长。

多家上市公司积极去库存,并做

好现金流管理,以待行业复苏。数据显示,151家行业上市公司期末库存余额为1590亿元,较去年同期小幅减少。其中,经营活动产生的现金流量净额为正的公司有90家,占比60%。

穿越“寒冬”,半导体行业静待“花开”。开源证券分析师认为,半导体企业短期面临去库存及业绩压力,长期正沿着自主化方向加速破局。华泰证券方面亦预计,随着下游客户去库存结束,车规级以上芯片及交换芯片放量,相关半导体企业在2024年收入或将回暖。

在崔吉龙看来,半导体企业接下来将会围绕车载生态链的做处理,主要集中到SoC芯片以及先进制程的晶圆代工方向加速布局,以获得更好的业绩成长机会。

头部企业持续突破先进工艺

加大研发投入,成为今年半导体上市公司的普遍动作,不少行业巨头以真金白银大手笔投入研发。

数据显示,151家半导体上市公司在今年前三季度合计产生研发费用406亿元,较去年同期增加48亿元,增幅13.4%。前三季度研发投入占净利润比重大于30%的有60家公司。

有125家公司研发费用同比增长,占比超八成。其中,研发费用同比增长超50%的上市公司有38家,8家公司实现研发费用同比增长超100%。无论是从研发费用规模还是增幅来看,均超去年同期。

其中,中微公司、裕太微、思瑞浦、拓荆科技、芯源微等多家半导体行业巨头均在研发上加快投入,持续突破先进工艺。2023年前三季度,裕太微的研发费用达到1.63亿元,同比增长72.10%,超过2022年全年。

在2023年三季度业绩说明会上,中微公司董事长、总经理尹志尧面对投资者提问时表示,公司将持续开发关键零部件的供应,也非常重视零部件的国产化工作。公告显示,目前公司在刻蚀、薄膜设备有较多新品布局。

“消费电子产业回暖带动半导体行业复苏,同时国产半导体自主可控进程已经进入‘深水区’。半导体行业龙头企业正在瞄准高算力芯片、汽车电子、工业控制等领域,积极加快研发,不断完善产品线和升级业务结构,从而推进我国集成电路产业的自主化进程,并与产业链上下游的厂商联合在芯片、操作系统、AI大模型等关键领域实现多点开花。”宋嘉表示。

N型TOPCon电池景气度良好 产业链上市公司盈利能力持续攀升

■本报记者 李雯珊

今年以来,N型TOPCon电池景气度良好,三季报显示,产业链相关上市公司盈利能力持续攀升,营收及净利润同比均有不同程度的提升。

“2023年,上游硅料、硅片产能扩张到位,价格持续下行,带动产业链成本下降,光伏发电经济性进一步增强,行业需求持续保持高速增长。随着光伏电池环节由P型向N型技术升级迭代,N型产品效率远优于P型,决定了N型产品的价格高于P型,且取代P型是必然趋势。”有产业链相关人士向《证券日报》记者表示。

据中信证券统计,2023年行业TOPCon电池有效供给量约122.7GW,其中一线厂商出货92.3GW,而电池总需求预计将达到400GW以上, TOPCon电池供给稀缺性较强。华泰证券表示,作为当前性价比最高的N型电池路线, TOPCon电池属于优质且稀缺产能,全年将保持供不应求态势,盈利溢价有望保持。

“2023年伊始, TOPCon电池需求呈现井喷式态势,而产业链供给短时间内无法满足行业所有需求,导致TOPCon产品在较长时间内将维持高景气状态。在这一趋势下, TOPCon电池及组件超额利润有望扩大,并且随着N、P组件功率差的拉大, TOPCon电池溢价空间将进一步提升。”中信证券分析师朱玥认为。

“从TOPCon电池的需求增速和供给增速对比来看,市场出现了供需失衡的情况,行业发展景气度持续超预期,这对于光伏产业链公司来说是个很好的机会。因此, A股产

茅台官宣提价后市场效应几何? 多家经销商表示终端零售价暂不上涨

■本报记者 冯雨珊

10月31日深夜,贵州茅台发布公告称,自11月1日起上调53%vol贵州茅台酒(飞天、五星)出厂价,平均上调幅度约为20%,此次调整不涉及产品的市场指导价。贵州茅台方面透露,此次调价是基于市场供需变化的考量。

11月1日,贵州茅台开盘大涨9.82%,并带动白酒板块走强。截至当日收盘,贵州茅台股价为1780.99元/股,涨5.72%,最新市值达2.24万亿元。

据介绍,贵州茅台本次提价涉及的产品主要是消费者所熟悉的“普茅”。具体为,飞天53%vol 500ml贵州茅台酒、五星53%vol 500ml贵州茅台酒,以及飞天同系列的其他毫升规格产品,出厂价上调幅度约为20%。

本轮提价系贵州茅台自2001年上市以来的第8次调价。往前追溯,此前的提价时间分别在2001年、2003年、2006年、2008年、2010年、2012年和2018年,调价幅度在10%-35%区间。

贵州茅台主营茅台酒及系列酒的生产及销售,其中,公司近85%的营收来自茅台酒。而在这之中,飞天53%vol 500ml贵州茅台酒又扮演着“大单品”角色,根据此次约20%的提价幅度计算,该产品上调约200元/瓶,本次调整后出厂价约1169元/瓶。

值得一提的是,本次贵州茅台调整部分产品出厂价,并未涉及市场指导价。贵州茅台前不久的三季度报告显示,公司前三季度营收、净利润分别为1032.68亿元、528.76亿元,两项核心财

务指标继续保持接近20%的增长幅度。白酒专家、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青告诉《证券日报》记者:“在多年未进行价格调整的情况下,贵州茅台提高出厂价利于提振白酒行业发展信心,同时,符合投资者期望。”

当前,白酒行业进入新一轮调整期,在产量自2016年见顶下行后,行业今年整体面临“量价齐跌”的窘境。有业内人士认为,贵州茅台此次提高出厂价后,将为其他名酒打开提价空间。

“整个酒行业身处调整期,呈现出高库存、低价格与弱需求的特点。”蔡学飞直言,“多数白酒企业正在解决去库存等问题,目前行业整体上没有涨价的市场基础,贵州茅台提价确实会拉高行业的价格空间,但不太可能带来行业性的涨价潮。”