

## “淡季不淡” 国内农机企业喜获海外客商密集访厂

■本报记者 肖佳

1月份本是国内农机市场销售淡季,但是2024年1月份却出现了“淡季不淡”的局面。

《证券日报》记者多方采访了解到,国内农机企业采取以会促销、以展促销、跨境电商、先进制造等多种方式,不仅为国产农机打响知名度,更为国产农机“强筋健骨”,在2024年新年伊始迎来了海外客商的密集访厂和洽谈。

## 以会促销以展促销 海外客商密集访厂

1月3日至1月7日,中联重科旗下的中联农机在全国各地密集开展农业机械2024新品推介会,并按不同语言地区分类开辟海外专区,供海外客商线上线下观

展。在发布新品的同时,中联农机还发布了多个岗位招聘信息,涉及研发工程师、质量工艺、生产制造等领域,特别要求招聘传动开发、液压工程、动力系统、流体仿真、嵌入式软件开发专家等高端技术岗位。

不仅是中联农机,江苏沃得农业机械股份有限公司、湖南省农友机械集团有限公司、湖南郴州粮油机械有限公司等农机企业也积极参与近期举办的农展会,并通过线上渠道向海外客户广泛宣传国产农机的性能指标和价格优势。为何在国内农机市场销售淡季的时刻,上述农机企业却表现如此活跃?

中联农机海外销售工程师赵婧向《证券日报》记者介绍相关情况:“以东南亚和非洲中部为例,雨季将在1月份结束,南美洲中部

地区雨季将在3月份结束。雨季过后,土壤湿润,蓬松多水,耕作方便,正是抢抓农忙的有利时机。2023年12月中旬,我们参加了中国东盟农业机械暨甘蔗机械博览会,当即收获许多意向客户的访厂请求。现在正是海外客商陆续到访的时间点,不少客户已经下达2024年订单,我们已到了招兵买马加快生产的关键时期。”

## 先进制造“强筋健骨” 从“凑合用”到“很靠谱”

不仅是中联农机坚定了经营信心,邵阳近30家农机企业也获得海外客商们的访厂申请,更加底气十足。2023年12月中旬至2024年1月初,来自泰国、老挝、马来西亚、印度尼西亚等国的农机采购商们

先后走进邵阳农机企业的车间现场进行访厂考察,对其制造水平表示认可。

位于湖南省邵阳的湖南农机有限公司是湖南省上市后备企业之一,该公司生产部负责人李伦向《证券日报》记者表示:“以泰国为例,该国是传统农业国家,80%的人口从事农业生产。当地山脉起伏,水系发达,可耕种土地受山脉水系分割,分布呈现高度零碎状,情况与邵阳地区颇为类似。若有合适农机,该国就可从农业生产中解放出大量劳动力从事其他行业。而我们的农机设计正符合泰国农业的实际情况,故而受到该国农民的高度关注。”

值得一提的是,湖南农机机电有限公司、邵阳金龙机械有限公司等企业还主动引入了自动化加工技术、信息化管理系统、零部

件通用设计技术等,以先进制造技术实现企业产品的“强筋健骨”。

邵阳金龙机械有限公司销售代表张德奎向《证券日报》记者梳理了邵阳农机产业的发展脉络:“过去,邵阳地区的农机企业多,但是技术水平低,以作坊式生产为主,非标准件互不通用,限制了产业集群发展壮大,海外客商评价邵阳农机是‘凑合用’。如今,我们携起手来主动搞智能制造,先后引进了机器人、激光焊接、工程制图、仿真验证等技术。这些做法不仅提升了技术水平,实现了零部件通用化和标准化。许多产品经过优化提升后,大大延长了免维护工作时间,使海外客商的印象从‘凑合用’转变为‘很靠谱’,趁着雨季即将结束之时陆续前来考察下单。”

## 55家上市公司率先披露 2023年年度业绩预告 35家公司业绩预喜

■本报记者 徐一鸣

同花顺数据显示,截至1月5日收盘,A股已有55家上市公司率先披露2023年年度业绩预告。其中,有35家公司业绩预喜,占已经披露业绩预告的公司总数的63.64%。

从预告净利润上限看,山外山净利润有望同比增长237.63%,暂居第一。飞龙股份紧随其后,预计净利润同比增长232.81%。此外,冰川网络、云意电气、传音控股等3家公司预计净利润同比增幅超100%。

在医药生物领域内,技术创新是保持市场竞争力的关键,同时也为山外山带来了业务增量。该公司表示,报告期内,公司通过大力推进技术创新、新产品布局、性能提升等举措不断增强产品竞争优势,得到客户充分认可,品牌效应逐渐增强,实现产品销量增长等。在血液净化产品国产替代政策的进一步推进下,公司营业收入和盈利水平持续提升。

汽车零部件公司飞龙股份表示,报告期内,公司涡轮增压器市场渗透率不断提高以及新能源热管理产品放量,进而带动净利润快速增长。

传播星球App联合创始人付学军在接受《证券日报》记者采访时表示,随着新能源汽车产业的快速发展,汽车零部件行业市场规模持续扩大。同时,智能化、网联化、轻量化等因素也将推动行业变革。具备核心技术、响应速度快的汽车零部件公司,将持续受益。

相较于上述净利润增速较为突出的公司,“明星”公司则在营收方面占优。

从预告营业收入上限看,格力电器、贵州茅台两家公司预计营收均超千亿元,分别为2100亿元、1495亿元。此外,传音控股、大连重工、银轮股份等3家公司预计营收均在100亿元以上。

格力电器表示,2023年,公司始终聚焦空调主业,坚持以消费者需求为导向,丰富产品品类,积极拓展销售渠道;同时,公司持续进行工业化转型,在高端装备、工业制品、绿色能源等多元化领域持续发力,创造更多的领先技术,为业绩提供增长动力。

贵州茅台2023年预计营收1495亿元,主要得益于去年11月1日起53度贵州茅台酒(飞天、五星)的提价,以及去年第四季度系列酒收入同比快速增长(去年第四季度茅台酒收入同比增长15.2%,系列酒收入同比增长41.4%)。

可以看到,无论是净利润还是营收,好生意、好行业、好技术是支撑上市公司成长发展的关键因素。

Co-Found智库研究负责人张新原对《证券日报》记者表示,目前来看,A股已预告2023年年度业绩的上市公司中,超过六成预喜,意味着这些公司所处行业整体处于稳中向好。此外,对于受到多重因素扰动的A股而言,良好的年度业绩预告,对于市场来说是关键变量。

虽然仅有55家上市公司披露了2023年年度业绩预告,但接受《证券日报》采访的专家均表示,看好2023年A股上市公司整体业绩表现。

北京社科院副研究员王鹏对《证券日报》记者表示,受益于我国经济持续复苏和不断改善的营商环境,预计2023年上市公司整体业绩表现将优于2022年。

张新原认为,上市公司在应对内、外部压力和挑战时,良好的业绩表现可以展现出一定的韧性和活力。但投资者还需结合公司的基本面、行业地位、竞争优势等多方面因素进行分析。总体来看,2023年上市公司整体业绩表现值得期待。

## 海外销量大幅增长

## 宇通客车2023年净利润 同比预增85%至150%

■本报记者 肖艳青

1月5日晚间,宇通客车发布2023年年度业绩预告,公司预计2023年实现归属于上市公司股东的净利润为14亿元至19亿元,同比增加85%至150%;扣非净利润为11亿元至15亿元,同比增加340%至500%。

宇通客车2023年净利润的大幅增长得益于其客车销量的增长。数据显示,2023年,公司累计销售客车36518辆,同比增长20.93%;其中出口销量10165辆,同比增长78.87%,国内销量26353辆,同比增长7.50%。

作为客车行业的龙头企业,宇通客车主要产品可满足5米至18米不同长度的市场需求,拥有142个产品系列的完整产业链。其独创中国制造出口的“宇通模式”,成为中国汽车工业由产品输出走向技术输出的典范,公司产品已批量销售至全球40多个国家和地区。

对于客车行业的发展趋势,华泰证券研报认为,随着国内出行需求恢复且客车或迎替换周期,2023年起行业或进入恢复性上行周期。预计2023年至2025年大中客车销量分别为9.5万辆、10.8万辆、11.8万辆。

“出海”已成为客车企业重要利润增长点,据客车企统计信息数据,2023年前11个月,我国商用车企业出口各类客车39298辆,相比2022年同期增长1.27万辆,增幅达到47.93%。

在海外市场方面,受益于海外市场需求恢复以及海外新能源客车需求增长,宇通客车出口业务持续发力,出口销量实现大幅增长;同时公司出口业务占比提高,销量结构向好,业绩贡献增加。

沃达福数字汽车国际合作研究中心主任张翔告诉《证券日报》记者:“当前海外市场是新能源商用车的蓝海,对客车龙头宇通客车来说,未来业绩增量还将主要来自海外市场。”

在国内市场方面,随着宏观环境变化,国民出行需求尤其是旅游出行需求增加,国内旅游客运等市场需求恢复,推动客车市场需求增加,宇通客车国内销量实现增长。

香颂资本执行董事沈萌告诉《证券日报》记者:“国内各地对于大客车,特别是公交车辆的新能源化,给上市公司业务发展带来机遇。”

## 亚玛芬体育申请赴美上市 “中国安踏”到“全球安踏”的跳板诞生?

■本报记者 李豪悦

始祖鸟母公司亚玛芬体育赴美上市传闻落地。1月4日晚,美国证券交易委员会(SEC)官网更新了亚玛芬体育递交的招股书。

2018年12月7日,安踏体育发布的公告显示,由安踏体育、方源资本、Anamer Investments和腾讯组成的投资者财团,公开现金要约收购芬兰亚玛芬体育集团所有已发行及行在外的股份。要约价格为每股40欧元,较三个月不受干扰成交量加权平均交易价格溢价43%,从而使收购总价达约46亿欧元。安踏体育在投资者财团中占有57.95%股权。

2019年4月1日,安踏体育发布公告,要约收购已于2019年3月29日下午12时03分(芬兰时间)截止。根据后续要约期的最终结果,于后续要约期内接受收购的股份占亚玛芬体育全部股份及投票权的约3.13%(不包括亚玛芬体育及其任何其附属公司持有的股份)。连同于要约期间接受收购的股份,要约人就要约收购所收购的股份占亚玛芬体育全部股份及投票权的约98.11%(不包括亚玛芬体育及其任何其附属公司持有的股份)。

亚玛芬体育在招股书中提到,收购后,公司的收入增长加速。2020年至2022年的复合年增长率为20.4%,同期毛利率从47.0%扩大至49.7%。

亚玛芬体育一旦成功登陆美股,最大的受益者就是安踏。

与此同时,亚玛芬体育业务分布在全球多地,且美国是贡献收入最多的地区,大中华区则是增长最快的市场。而上市后的全球布局是否发生改变?《证券日报》记者就此联系到亚玛芬体育

方面相关负责人,截至发稿前未收到相关回应。

上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄向《证券日报》记者表示,亚玛芬体育未来的业绩发展,决定着“中国安踏”到“全球安踏”的距离。“安踏在国内服饰巨头的地位已经稳固,下一个目标就是全球市场。如果能够解决亚玛芬体育业绩亏损的问题,保证其后续业绩稳步提升,安踏就有可能在全球市场和耐克、阿迪达斯一较高下。”

那么,亚玛芬体育这项“跳板”,眼下表现如何?

## 大中华区增速“一枝独秀”

分区域看,亚玛芬体育经营范围覆盖全球。2023年前三季度,第一大市场美国贡献营收12.26亿美元,同比增长约19.3%;欧洲、中东及非洲以9.99亿美元营收位列第二,同比增长约22.6%;大中华地区营收5.93亿美元,但同比增长约67.6%。

值得一提的是,大中华地区的营收增长,始祖鸟这一品牌功不可没。据招股书介绍,2018年始祖鸟该店店铺会员数仅1.4万,2023年已经达到170万。截至2023年9月30日,大中华区拥有63家始祖鸟自营零售店。

对于大中华区的表现,财报中提到,当其他公司面临挑战或紧缩时,公司的大中华区业务却取得了显著增长。公司对大中华区的普通消费者有了深入的了解,能够提供符合消费者喜好的正宗、技术精湛的优质产品。

在盘古智库高级研究员江瀚看来,亚玛芬体育旗下品牌在中国受欢迎,主要得益于中国消费者对运动休闲生活方式的需求增



亚玛芬体育在招股书中提到,2020年至2022年公司收入的复合年增长率为20.4%,同期毛利率从47.0%扩大至49.7%

王琳/制图

加,以及中国体育用品市场的快速增长。他向《证券日报》记者表示,始祖鸟在中国市场上的受欢迎,除了功能性,也和公司在中国的营销和渠道布局有关。

需要注意的是,亚玛芬体育拥有众多国际知名的高端体育用品品牌,例如萨洛蒙、始祖鸟、威尔胜、壁克峰等,部分品牌价格昂贵,甚至“量少难买”。

例如,记者在始祖鸟官方旗舰店首页,点击进入还是新品的滑雪夹克链接,高达5000元人民币售价的滑雪男士夹克已经接近售罄状态。但何时补货,官方客服表示无法保证。

江瀚认为,“饥饿营销”能够帮助品牌建立起独特的品牌形象和定位,使消费者更容易将品牌

与高端、限量、独特等概念联系起来,从而提高品牌价值和忠诚度。

## 亏损问题仍待解决

从招股书看,亚玛芬体育近年收入在不断增加。2020年、2021年、2022年及2023年前三季度,公司营收分别为24.46亿美元、30.67亿美元、35.49亿美元和30.53亿美元。

但公司却一直处于亏损状态。2020年、2021年、2022年及2023年前三季度,公司净亏损分别为2.37亿美元、1.26亿美元、2.53亿美元和1.14亿美元。同期毛利率分别为47.0%、49.1%、49.7%和52.2%。

程伟雄表示,52.2%的毛利率已经接近国内大众品牌水平,甚

至低于国内的高端运动品牌毛利率。

记者了解到,同样定位高端运动服饰的比音勒芬,2023年前三季度毛利率为76.6%。

“亚玛芬体育的毛利率反映了公司旗下品牌众多,但各品牌收入差异很大,投入与产出不成正比。”程伟雄表示,2020年至今,亚玛芬体育团队重组、不良业务剥离以及主品牌始祖鸟、萨洛蒙等能否同在中国市场一样在全球其他国家市场得到提升,还是未知数。持续亏损对于资金需求就愈加迫切,而全球市场消费疲软就是对亚玛芬体育的冲击。安踏如何运营做好亚玛芬体育的多品牌、多国度、多文化,确实挑战不小。

## 人形机器人行业发展前景广阔 多家A股公司已布局

■本报记者 吴奕莹

在千行百业数字化转型的巨大需求牵引下,全球机器人行业蓬勃发展,人形机器人作为机器人领域的一颗璀璨明星,吸引了众多玩家“入局”和“加码”。1月5日,拓普集团发布公告称与宁波经济技术开发区管理委员会签署了《机器人电驱系统研发生产基地项目投资协议书》,公司拟投资50亿元,规划用地300亩,建设机器人核心部件生产基地。

## 上市公司纷纷入局

拓普集团表示,此次投资建设机器人电驱系统研发生产基地,可将公司布局的机器人相关技术和产品落地并实现商业化、规模化生产,为公司未来发展奠定坚实基础。

业内认为,拓普集团此次拟投资项目产品可以用于人形机器人领域,虽然拓普集团在公告中并未对此做出详细介绍,但公司早在2022年年报中便披露了布局人形

机器人运动执行器的相关情况,并认为该赛道是面向未来百亿元级别的赛道,发展前景广阔。

中国金融智库特邀研究员余丰慧在接受《证券日报》记者采访时表示:“虽然拓普集团此次拟建项目所涉及的机器人业务未明确指出生是否应用于‘人形机器人’,但从市场趋势和技术发展趋势来看,随着人工智能和机器人技术的进步,‘人形机器人’作为能够适应更多复杂环境并执行多样化任务的载体,的确受到了广泛关注和投入。”

1月4日,热管理龙头三花智控及其控股子公司与杭州钱塘新区管委会签订《三花智控未来产业中心项目投资协议书》,计划总投资不低于50亿元。其中,公司拟在钱塘新区投资建设机器人电机执行器和域控制器研发及生产基地项目,计划总投资不低于38亿元。相关业内人士认为,执行器在人形机器人硬件成本的占比超过80%,未来三花智控机器人项目有望受益于人形机器人市场的快速增长。

主营业务为小家电及汽车EPS(电动助力转向系统)电机的德昌股份则拟通过与五家产业相关企业开展战略合作,共同建设广东省人形机器人创新中心,公司将主要承担人形机器人电机相关领域的技术研发。公司相关负责人对记者表示:“公司将借此获取更多技术和市场机会,提升在人形机器人领域的竞争力和市场份额。”

另有不少公司也“翻透”了在人形机器人产业链方面的相关布局及意向。

均普智能曾在互动平台上回应投资者,在人形机器人领域,公司基于丰富的工业机器人经验结合长期的汽车零部件智能装备经验,通过设立人工智能与人形机器人研究院的方式,与合作伙伴一起积极探索人形机器人执行器等业务机会。目前公司所拥有的专利技术可在工业领域应用范围较广,未来部分专利亦可应用于人形机器人相关领域。此外,维峰电子、博威合金、固高科技、拓邦股份等

公司也公布过在人形机器人领域的探索、研发、布局等相关信息。

## 产业化落地有望超预期

从相关定义来看,人形机器人是一种拥有人形外观,具备人类特征,以代替或辅助人类工作的机器人产品。

余丰慧认为:“越来越多的企业布局该赛道,是全球经济科技化、智能化转型大背景下的必然趋势。一方面,这反映出企业对于科技进步改变传统生产生活方式的敏锐洞察,另一方面,也说明了市场竞争正推动企业不断探索创新,寻找差异化竞争优势。”

当前,在政策加码、产业加速布局的背景下,业内纷纷表示看好人形机器人未来的市场前景。

工信部印发的《人形机器人创新发展指导意见》提出,到2025年,人形机器人创新体系初步建立,“大脑、小脑、肢体”等一批关键技术取得突破,确保核心部件安全

有效供给。到2027年,人形机器人技术创新能力显著提升,构建具有国际竞争力的产业生态,综合实力达到世界先进水平。

方正证券相关人士在接受《证券日报》记者采访时表示:“2023年以来,中国企业积极布局人形机器人产业,发布产品陆续,预计2024年会有越来越多‘玩家’参与,将带来新一轮产业发展热潮,产业化落地有望超预期。”

但目前人形机器人行业仍处于发展初期,商业化进程面临成本、可靠性和功能实用性等多重考验。

对此,中国电子商务专家服务中心副主任、资深人工智能专家郭涛对记者表示:“相关企业布局该赛道时要慎重考虑。首先要明确自身的核心竞争力和定位,其次,要加强技术研发和创新能力,提升产品的竞争力和附加值,同时要注重与相关产业链的合作,形成良好的生态系统,此外更要关注市场需求和用户反馈,不断优化产品和服务。”