

# 聚焦主业、创新技术、重视回报 月内54家公司发“提质增效重回报”行动方案

■本报记者 徐一鸣

据《证券日报》记者梳理,截至3月11日晚间发稿,月内A股已有54家上市公司发布“提质增效重回报”行动方案,聚焦主业、创新技术、重视回报成为行动方案的关键词。

中关村物联网产业联盟副秘书长、专精特新企业高质量发展促进工程执行主任袁帅对《证券日报》记者表示,发布“提质增效重回报”行动方案,是上市公司积极履行社会责任,回馈投资者的重要表现。同时有助于提振二级市场投资者信心,促进市场健康发展。

上述54家上市公司涉及医药、通信、煤炭等多个领域。其发布“提质增效重回报”行动方案,旨在通过提高公司的质量和效益,实现对投资者的丰厚回报,同时提升公司的整体竞争力和市场地位。

对于重资产公司,通过聚焦主业,能更好地夯实基本盘,进而提升经营业务。中远海能表示,公司聚焦两大主业,在油品运输方面,公司将以经营效益为核心,实现油运板块可持续创收,并持续推进全球化经营,提高全球资源配置能力;在液化天然气运输方面,公司将积极跟踪上游大型能源商动态,挖掘潜在客户,持续开拓LNG(液化天然气)长期租船运输项目等。

对于科技创新企业,通过不断进行研发投入,有利于提升产品附加值,为公司创造更好的经济效益。

“公司始终坚持‘市场导向、技术驱动’的发展战略,以实现通信芯片产品的高可靠性和高稳定性为目标,目前公司已量产产品线包含以太网物理层芯片、以太网交换机芯片和以太网网卡芯片。正在研发的产品线



发布“提质增效重回报”行动方案,是上市公司积极履行社会责任,回馈投资者的重要表现  
同时有助于提振二级市场投资者信心,促进市场健康发展

包含高速网关芯片和高速视频传输芯片。”裕太微表示,2023年,公司进一步加大新产品研发投入力度和持续改进现有产品,提高现有产品的市场渗透率,积极推进新产品的客户导入。未来,公司管理层将对市场发展进行研判把握,努力创造更多匹配现在或者适应将来应用场景的产品来推动企业发展。

昊海生科表示,2024年,公司将继续联动位于中国、美国、英国、法国和以色列的优势研发资源,完善研发体系建设,坚持技术和产品的创新,通过技术创新,不断培育新质生产力,引

领公司高质量发展。福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示,主业发展是上市公司稳定盈利的基础,科技创新是企业未来发展的动力,而投资者回报则是公司长期发展的关键。三个方面的结合,可以确保公司既能够保持稳定的盈利,又能够有足够的动力进行创新和发展,同时也能够保障投资者的利益。

据《证券日报》记者梳理,加大分红力度已成为上市公司回报投资者的重要手段。例如,中国神华表示,公司积极回应股东诉求,连续两次制订投

资者回报规划并稳步提高现金分红比例,2019年至2021年,现金分红比例不低于当年实现归属于股东净利润的50%。2022年至2024年,公司现金分红比例提升至不低于60%。

业内人士表示,对于上市公司而言,需要从三个方面入手,保障“提质增效重回报”行动方案的落实:首先,要建立健全内部管理体系和制度,确保各项措施得以有效执行;其次,要加强与中国新能源商用车在海外的应用等……

## 高管访谈

### 新亚科技首席技术官许同盟: 商用车新能源化速度有望加快

■本报记者 徐一鸣  
见习记者 金婉霞

新能源的风或即将从乘用车市场吹向商用车市场。进入2024年,吉利汽车、潍柴动力、上汽通用五菱等多家商用车企业在新能源商用车领域动作频频,或宣布发力新能源物流、研发轻卡,或发布新能源商用车。

对此,商用车领域造车新势力新亚科技的首席技术官许同盟日前在接受《证券日报》记者专访时表示,这背后驱动的是一个新的机会窗口。“目前,在驾驶员短缺、交通运输企业降本增效需求明显、排放法规升级等多重因素推动下,我国商用车行业正迎来新能源化转型的关键期。同时,经新能源乘用车建立起来的新能源技术以及产业链资源,也可继续赋能新能源商用车,商用车新能源化的速度有望加快。”

#### 商用车也将向新能源转型

商用车主要涉及货车、专用车、工程车辆、货车等用于运输人员和货物的汽车,与乘用车相比,其体型更大、对于载货能力的要求更高。此前,商用车的新能源化是一个较少被提及的话题,而到了2024年,情况开始有了变化。

今年2月份,上汽通用五菱发布了旗下首款新能源商用车五菱扬光,致力于满足商用车用户对大空间、强负重及长途快充等货运场景需要;2月底,大众汽车与潍柴新能源商用车签订协议,拟联合开发出口型右舵电动轻卡;3月初,菜鸟集团和吉利远程新能源商用车达成战略合作协议,拟推动中国新能源商用车在海外的应用等……

“我们确实已经观察到,有很多企业开始布局新能源商用车,例如新能源轻卡,这主要是市场需求推动的。”许同盟称,近年来,全球经济复苏,物流需求增长,市场对商用车的需求也在增长。而在商用车领域,特别是轻卡,新能源车型的渗透率不足10%,仍然很低。此外,在“双碳”目标下,商用车行业的碳排放压力相较乘用车更大,因此,下游应用端也有动力进行新能源替代。

此外,这也受益于新能源技术的迭代和积累。据中研网行业研究报告,电池技术的进步使得电动商用车的续航里程大大增加,充电设施的建设也更加完善,降低了使用成本和使用难度,这使得新能源商用车的性能和使用便利性得到提升,越来越接近甚至超越传统燃油汽车。“我们预测2025年至2026年,新能源轻卡应该会有一个比较大的应用爆发。”许同盟表示。

#### 以冷链物流为切入点

机会窗口的出现让不少企业看到了希望。除二级市场外,造车新势力企业在一级市场上的表现也颇为

热闹。据记者不完全统计,自2023年以来,已有远程、DeepWay、新亚科技等多家企业入局,并宣布完成新一轮融资,投资方中不乏软银中国、启明创投、联想创投等明星资本。

许同盟认为,随着入局者增多,在行业早期阶段就找到自身商业模式并快速建立品牌“护城河”很重要。

“新亚科技找到的切入口是冷链物流这一应用场景。”许同盟表示,公司的市场调研,随着人们生活水平的提高,对于严格温控、快速高效的冷链运输提出了更高要求,而这些要求,传统的燃油车无法满足。“受限于整车的设计思路,传统燃油车没有办法做到分区温控,且在运输过程中,没有办法做到严格的温度控制。”

针对这一痛点,新亚科技已开发了新能源冷链车S1。3月初,在新亚科技全球供应商大会上,记者看到了这款冷链车。从外表来看,其与厢式货车差别不大;驾驶室则非常智能,仅一个方向盘和一块智能平板。

“我们基于英伟达地平线的大算力SOC(系统级芯片)设计了商用车域控制器产品,可以覆盖L2级辅助驾驶,未来可满足L3/L4级自动驾驶控制需求。”许同盟介绍,该车搭载了106kWh的电池组,可以提供300km的行驶里程。“0至80%的快速充电仅需40分钟,可在5分钟内完成快速电芯更换。”

新亚科技联合创始人梁杨兵曾负责海底捞供应链管理,他对记者表示,这一车型对于城市内的餐饮企业有一定的吸引力。“物流运输车只能在夜间配送,而新能源车则不受此限制,车队的运营成本也有望降低。分区温控下,鲜肉和蔬果的保鲜时间和质量也有了提高。”

记者从业内人士了解到,目前该车来自全球的初步意向订单累计超过3万台。许同盟表示,冷链是一个应用场景,但不是唯一的。应用场景。“我们最初设计的这款车是根据欧洲标准,其底盘同样是自主开发。基于全新的自主研发的底盘,不仅能够压缩后续新品迭代的时间和成本,更可以进行多种车型的自由变换,如城市专用车、垃圾清运车、洒水车等,以适应多变的场景。”

许同盟还对记者透露,在加速布局国内市场的同时,出海已在企业的日程表上。中东、东南亚、欧美等市场都是新亚科技的目标市场,目前,新亚科技已在中东、韩国等地布局全球化的生产体系。

“中国具备全球最有优势的新能源商用车产业链,新亚科技的定位就是利用中国供应链端的优势,面向全球市场参与竞争。”许同盟对记者表示,放眼整个东南亚和中东,新能源冷链车是“蓝海”,这些国家和地区冷链配送车型仍以城市面包车为主,冷藏专用工具车目前在海外也是空白的,“借助中国市场的产业链出海,在这些国家会非常有优势。”

## 上市公司密集披露2023年度分红计划 与投资者共享经营发展成果

■本报记者 李雯珊

A股上市公司年报进入密集披露期,多家上市公司随之公布了2023年度分红预案,其中多数公司选择以现金分红的方式回馈投资者。

同花顺iFinD数据显示,截至3月11日,有60家上市公司公布了经董事会审核通过的2023年度分红预案或者分红提议。部分上市公司表示,审核通过相关分红预案,是基于对公司长远发展信心、财务状况良好、股东利益回报等因素的综合考虑,推动全体股东共享公司经营发展成果。

具体来看,近日,通讯龙头公司中兴通讯发布2023年度分红预案,公司董事会建议2023年向全体股东每10股派发6.83元现金(含税),现金分红金额为32.7亿元(含税),占2023年公司归母净利润35%。

2023年年报显示,中兴通讯去年实现营业收入1242.5亿元,同比增长

1.05%;归母净利润93.3亿元,同比增长15.4%。2021年至2023年,中兴通讯以现金方式累计分红金额为65.8亿元(含税),占近三年归母净利润总额的27%。

同样拟进行大手笔分红的还有同花顺、南钢股份和泰机电,广东宏大、华东医药等上市公司。同花顺日前公布的2023年度利润分配预案显示,拟向全体股东每10股派发现金红利22元(含税),分红金额达11.81亿元(含税),占公司2023年归母净利润的84%。

南钢股份2023年度拟向全体股东每10股派发现金红利2.50元(含税),合计拟派发现金红利15.41亿元(含税),占2023年归母净利润的72.52%。同时,南钢股份还推出《未来三年(2024年—2026年)股东回报规划》,明确2024年至2026年每年现金分红不低于当年归母净利润的30%,并缩短分红周期,增加中期分红。

“从目前统计的数据来看,通讯、能源、医药等行业发展前景较好,部分公

司进行大手笔分红也反映了其对于未来发展的信心和对股东的回报。但分红的多少并不应成为投资决策的唯一考虑因素,建议投资者应从上市公司盈利质量、净资产收益率等多方面考虑作出投资决策。”京淮基金总经理秦若涵向《证券日报》记者表示。

此外,还有多家公司公告称,收到公司控股股东等提交的现金分红提议。

例如,美盛森日前发布了《关于收到董事长2023年度现金分红安排提议的公告》,公司董事长、控股股东王海鹏提议,考虑公司当前股价情况,基于对行业发展趋势及公司主业发展的坚定信心,结合公司未分配利润情况,为提高股东回报,推动全体股东共享公司经营发展成果,在保证公司正常经营和长远发展的前提下,建议向全体股东每10股派发现金红利1.3元(含税)。

广东宏大大发布了公司董事长、持股5%以上股东郑炳旭《关于提高股东回报暨公司2023年度现金分红提议的

函》。该提议函显示,基于对公司长远发展信心、财务状况良好、股东利益回报等因素的综合考虑,推动全体股东共享公司经营发展成果,建议向全体股东每10股派发现金红利5.6元(含税),预计共派现金分红4.25亿元。

瀚蓝环境发布公告称,接到控股股东的母公司广东南海控股集团有限公司的提议,在有利于公司正常经营和长远发展的前提下,2023年度建议向全体股东每10股派发现金红利(含税)比2022年度提升不低于100%,即每10股派发现金红利不低于4.4元(含税)。

“上市公司加大分红力度,有助于引导投资者进行长期投资。投资者在选择投资标的时,会关注企业的盈利能力和分红情况,分红比例较高的公司往往更受投资者青睐。在经营过程中,企业应该关注股东利益,实现企业和股东的共赢。”奥优国际董事长张明向记者表示。

## 旅游业快速复苏 丽江股份去年净利同比增超59倍

■本报记者 李如是

3月11日晚间,丽江股份披露2023年业绩报告。公司去年实现营业收入约7.99亿元,同比增长152.37%;归属于上市公司股东的净利润约2.27亿元,同比大增5971.91%。这也是旅游业上市公司披露的首份2023年年报。

中国旅游产业正处于快速复苏阶段。据国家统计局2月29日披露的数据,2023年,国内出游48.9亿人次,同比增长93.3%;国内游客出游总花费约4.91万亿元,同比增长140.3%。此外,同花顺iFinD数据显示,已披露2023年业绩预告的55家旅游概念上市公司中,有42家公司业绩预喜。

具体来看,对于净利润的大幅增长,丽江股份表示,2023年以来,旅游市场迎来快速复苏,公司把握机遇,积极开展各项营销活动,游客接待量明显回升。

雪山景区三条索道共计接待游客612.11万人次,同比增长215.67%;印象丽江共演出739场,共接待游客156万人次,同比增长419.57%;龙悦餐饮共接待游客67.02万人次,同比增长337.56%。丽江和府酒店有限公司(含洲际酒店、英迪格酒店、古城丽世酒店、5596商业街、丽世山居)实现净利润368.34万元,同比增长120.38%。

丽江股份工作人员对《证券日报》记者表示:“自2023年春节假期开始,旅游市场复苏迅速,每天进入玉龙雪山景区的游客都在2万人左右。此后,不仅在五一、中秋、国庆等节假日期间游客数量增加,在传统旅游淡季也出现了淡季不淡的情况。其中,在国庆假日接待游客数量的最高峰值超过3万人。”

开源证券分析师初敏表示:“从供给层面来看,国内交运基建优化,不断推动大众旅游下沉,以旅游提振消费动机下,政府加码文旅有望引导行业流量

的持续生成;从消费者结构来看,下沉市场居民和新中老年群体为市场长期繁荣提供客源增量。”

“具体而言,各地方文旅部门通过深耕本地内容、多平台线上赋能等‘组合拳’精准引导流量,叠加主流媒体下场宣传,让各旅游地区不同风格的‘旅游人设’传播范围更广,给潜在游客的印象更深。一方面,西安、北京、洛阳等文化底蕴深厚、承载能力强的传统旅游城市依托文旅创新恢复热度;另一方面,一批小众城市借助差异化的资源禀赋和区域特色配套设施建设,逐步成为新兴旅游打卡地。”产业研究咨询机构景鉴智库创始人周鸣岐对《证券日报》记者表示。

中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)近日发布的《2023年中国旅游经济运行分析与2024年发展预测》显示,预计2024年全年国内旅游人数将超过60亿人次。

2024年的旅游业发展趋势被业界

看好,进入大众旅游新阶段,旅游模式处于新旧转换阶段,上市旅企也在积极转变旅游服务理念。丽江股份表示:“公司已经把游客的满意度作为衡量企业经营发展成果,在保证公司正常经营和长远发展的前提下,建议向全体股东每10股派发现金红利1.3元(含税)。”

游客正从走马观花式的观光游向深度游、休闲游、文化游转变,而上市旅企更要做景区服务,方能聚人气。西南证券分析师杜向阳表示:“2023年,从淄博的爆火到哈尔滨成为顶流,真正吸引游客的是这些城市传递的温暖。‘小而确切的幸福’才是吸引游客最关键的流量密码,游客越来越意识到旅程中最美的风景、最好的记忆并不只是来源于当地的景区资源,而是人与人之间的连接所带来的温暖。”

## 微观公司

### 上市公司加码注销式回购 为A股“强本”

■谢岚

上市公司注销式回购正迎来新一轮高潮。

3月9日,药明康德发布公告称,拟自董事会批准方案之日起不超过3个月,以不超过83.33元/股的价格,斥资10亿元回购公司股份,本次回购的股份将全部予以注销并减少注册资本。而在此之前,这家龙头药企已于2月5日完成10亿元A股股份回购。

3月10日,多家上市公司相继披露注销式回购计划。比如,荣晟环保拟以集中竞价交易方式回购部分社会公众股份,用于减少公司注册资本(注销股份),回购股份资金总额不低于6000万元,不超过1.2亿元。达嘉维康控股股东、实控人、董事长王毅清提议公司以自有资金通过集中竞价交易方式回购公司已发行的部分A股股票,回购股份资金总额不低于1000万元且不超过1500万元,回购股份全部予以注销,减少公司注册资本。

今年的政府工作报告明确提出,“增强资本市场内在稳定性”。3月6日,证监会主席吴清在十四届全国人大二次会议经济主题记者会上阐述

了“两强两严”的监管新理念。其中,“强”就是要强本强基。吴清表示,投资者是市场之本,上市公司是市场之基,投资者和上市公司都是资本市场发展的源头活水。必须真诚善待投资者,更好服务投资者,从法律上、制度上、监管执法和司法上进一步加强投资者的保护,增强投资者对市场的信心和信任,吸引更多的投资者特别是中长期资金参与市场。

在笔者看来,这对上市公司来说是重要启发和行动指南。

注销式回购能够减少股票的流通份额,改善A股市场的供求关系,增加上市公司的每股收益,从而提高投资者所持股票的投资价值。因此,实施注销式回购是积极回报投资者,增强投资者尤其是中长期投资者持股信心的重要举措。

千言不如一行。上市公司持续加码注销式回购,是真正以实干笃行为A股市场“强本”,响应落实“增强资本市场内在稳定性”。涓涓细流,汇成大海。随着越来越多上市公司行动起来,推动高质量发展,实实在在地回报投资者,资本市场“春天的故事”也将展开新的篇章。