

## 动力电池行业“去库存”低谷期已过？

2400余名投资者参加宁德时代2023年业绩说明会

■本报记者 李婷

3月18日，宁德时代股价持续强势，截至当日收盘，报收190.96元/股，收盘涨幅5.5%。

从消息面上看，宁德时代3月15日晚间发布了2023年年报，报告期内营业收入突破4000亿元。值得一提的是，3月17日晚间，公司披露了2023年业绩说明会相关内容，据介绍，宁德时代董事长曾毓群、董秘蒋理等高管均出席了此次业绩说明会，此外，与会投资者共计2400余人。

“就业绩数据而言，宁德时代实现了跨越周期的发展，也说明动

力电池行业走出了去库存的低谷。”真锂研究首席分析师墨柯对《证券日报》记者表示，行业中长期发展趋势不改，但短期来看，还有赖于车企去库存的效果。

宁德时代表示，国内电动化渗透率已达49%。在市场化驱动下，渗透率超过50%时，买油车将成为“非主流”。从需求来看，中期，国内市场需求比较强劲；而长期，全世界需求都比较强劲。

数据显示，2023年，宁德时代毛利率达22.9%，同比增加2.7个百分点，其中第四季度表现最为亮眼，毛利率达到25.66%。此外，公司全年动力电池（含储能电池）出

货390GWh，同比增加34.95%。

多家机构发布研报认为，宁德时代库存管理效果明显。数据显示，截至2023年底，公司存货454.3亿元，同比下降40.7%，电池系统存货已回到正常水平。

墨柯介绍，据测算，预计2023年动力电池行业产量为430GWh至440GWh，包括2022年的库存量80GWh，全年动力电池总供给为510GWh至520GWh，而根据注册车辆装机量以及电池出口等情况，市场总需求约为545GWh，总需求大于总供给。此外，结合储能方面的供需情况，基本可以判断动力电池行业走出了去库存的

周期低谷。

有投资者在业绩说明会上提问，“2021年开始，锂电产业链非常关注降本和成本控制，不太愿意给技术和产品领先溢价，甚至有人会把电池类比作钢铁等传统制造业，公司如何看待这个问题？”

对此，宁德时代表示，动力电池对新能源汽车来说是最核心的安全部件，它可以深刻影响不同车的性能、安全、可靠性以及二手车价值。

数据显示，为持续推动技术和产品创新，宁德时代不断加大研发投入，2023年研发投入达184亿元，研发人员数量超过2万人，占公司

员工总数的17.75%。

在3月17日举行的中国电动汽车百人会上，宁德时代透露首款基于磷酸铁锂电池体系的滑板底盘预计在2024年下半年实现量产。磷酸锰铁锂电池(M3P电池)的产业化也在加速，3月11日，奇瑞EXEED星途瑶光C-DM正式上市，其中，超长续航Pro、超长续航Max两款车型均搭载了宁德时代M3P电池。

在墨柯看来，在相同的体积下，磷酸锰铁锂可以比磷酸铁锂能量密度提升10%至15%，而且不会增加成本，量产后的M3P电池将极具竞争力。

国产手机巨头加速抢滩“AI+折叠屏”  
产业链各环节通力合作

■本报记者 贾丽

主流国产手机厂商在折叠屏手机上逐步扩大份额，市场竞争格局不断变化。3月18日，vivo在官方微博宣布，旗下X Fold3系列折叠屏手机发布时间定档于3月26日。而华为、小米的新一代折叠屏手机也均在路上。

另外，根据屏幕供应链咨询公司DSCC发布的最新报告显示，2023年第四季度可折叠智能手机出货量同比增长33%至420万部，创历史新高。预计2024年第一季度可折叠手机出货量将同比增长105%。同时，由于华为采购了更多面板，京东方在2023年第四季度也成为了可折叠面板采购量第一的厂商。

“中国折叠屏手机市场的发展速度非常迅猛，市场潜力依旧巨大。国产折叠屏手机厂商也需注意差异化竞争，以创新推动产业升级，避免走入参数堆叠及价格恶性循环中。在折叠屏手机市场加速扩容、技术迭代之下，国产折叠屏手机产业链企业还需要进一步联合创新，才可以为行业发展提供可靠及自主可控的供应链支持。”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在接受《证券日报》记者采访时表示。

## “AI+折叠屏”竞赛开启

当下，融入大模型等技术底座的AI(人工智能)，已经成为国产手机厂商在折叠屏上竞争的重要方向。vivo品牌副总裁兼品牌与产品战略总经理贾东表示，公司即将推出的X Fold3系列新款折叠屏手机将搭载vivo行业自研V3影像芯片、蓝心大模型等，并将在“移动

AI生产力”时代占据重要角色。

实际上，不少手机厂商将AI折叠屏手机作为2024年的重要发展方向。华为、小米、OPPO均已跑入赛道，推出多款成熟终端，并联合产业链在屏幕、铰链技术上创新迭代。华为在刚刚推出的新款折叠屏手机上，首度将玄武水滴铰链技术、北斗卫星等多个新技术融入折叠屏手机，并接入AI大模型。OPPO方面也透露出AI折叠屏手机还在持续迭代。据了解，华为还将在2024年推出新AI折叠屏机型，荣耀、摩托罗拉、三星等企业也将在今年迭代AI折叠屏手机。

迈睿资产管理有限公司首席执行官王浩宇对《证券日报》记者表示，目前折叠屏手机市场是一片“红海”，但是随着技术的成熟，未来折叠屏手机市场将逐渐走向成熟，AI是重要技术方向，市场格局也将逐步清晰。

从DSCC发布的数据来看，2023年第四季度，共有23种不同的折叠屏机型出货。在十大畅销机型中，荣耀和OPPO各有两款跻身其中，华为和小米则各有一款。

而华为有望在折叠屏手机上再度实现“超车”。DSCC预测，华为将在2024年第一季度首次在折叠屏手机市场份额上超过三星，这主要受其Mate X5等手机热卖影响。华为和荣耀将在2024年夺取更多市场份额。

“AI折叠成为手机市场的下一个发展机会，国产厂商正迎‘风’而上，并成为推动产业升级的‘主力军’。目前行业竞争的焦点已从影像、芯片、屏幕等单纯的硬件配置逐渐转向AI，今年是AI手机元年，所有厂商都将把AI手机作为新的战略推进。”Wit Display首席

去年第四季度可折叠智能手机  
出货量同比增长33%

分析林林对记者表示。

## 产业链上下积极配合

主流手机厂商布局之下，手机产业链上下游也紧跟步伐，在各个环节积极研发。从产业链来看，柔性OLED屏、铰链、盖板等是折叠屏手机的核心部件。

纵观市场，折叠屏核心部件的良品率和成本控制已相对稳定，但也存在生产难度大、良品率有待提升等问题。

当下，国内手机产业链企业正在积极创新，着力突破折叠屏手机痛点。随着京东方、维信诺、TCL华星等一批产业链上市公司及相

关企业掌握话语权，折叠屏产业链关键环节中的国产“含量”越来越高。另外，相关上市公司中，福蓉科技、福日电子、日月光及劲拓股份等公司均已进入折叠屏手机的核心供应链。

鉴于手机厂商在AI折叠屏手机的积极布局动作及市场前景，不少上市公司也紧跟扩产相关产品。京东方近日在机构调研中表示，公司正在联合国内外众多知名品牌，共同开拓中尺寸OLED屏幕产品的广阔市场。DSCC报告显示，京东方2023年第四季度的可折叠面板采购量超过了三星显示，原因正是华为采购了更多面板，推动了其份额的增长。

国信证券方面认为，AI手机及折叠屏的创新有望驱动福蓉科技等公司的业绩增长，看好折叠屏手机快速渗透以及企业持续扩增产能提升订单承接能力。

精研科技表示，2024年公司以折叠屏手机里面的MIM零部件和整体铰链组装两个方面为主，对核心客户持续跟进，包括研发、量产等；悦安新材日前称，公司应用于折叠屏铰链的材料，部分已处于量产爬坡状态，预计该系列产品需求有一定增长；统联精密则在接受调研时表示，2024年公司在拓展折叠屏铰链业务的策略会发生变化，更加积极地去争取与现有客户的相关业务合作机会。

## “天水麻辣烫”概念走红 上市公司开启“宠粉”模式

■本报记者 刘欢  
见习记者 刘晓一

“一碗麻辣烫烫火了一座城，全国麻辣烫看甘肃，甘肃麻辣烫看天水。”3月13日，甘肃文旅厅官微发文称，“甘肃麻辣烫”相关话题在各大社交平台登上热搜榜，在短视频平台点击播放量超10.5亿次。不少游客奔赴天水只为吃一碗麻辣烫，多家麻辣烫店内，食客排起长龙，一座难求。

A股市场同样“热辣滚烫”。近日，食用菌上市公司众兴菌业、零售上市公司国芳集团等公司股价连续上涨。

“天水麻辣烫的出圈，跟此前的淄博烧烤、哈尔滨冰雪旅游爆火的底层逻辑是相似的。消费者有大量轻旅行(轻装、轻便、轻松的旅行)的需求未被满足，同时，当地政府的助推、互联网平台的发酵也是重要因素。”和君咨询消费产业合伙人、新消费事业部副经理熊时在接受《证券日报》记者采访时表示，“类似的现象还有潮汕英歌舞、福州‘游神’等，本质上都是本土特色文化被消费者重新发掘，并不是说麻辣烫本身有多强的穿透力，而是天水当地特色文化形成的

城市感知力更打动人心。”

## 相关概念股强势上涨

众兴菌业是甘肃天水本地企业，是一家专业从事食用菌研发、工厂化培植与销售的农业产业化国家重点龙头企业，公司主营产品为金针菇和双孢菇，主要消费场景为麻辣烫和火锅，因而成为甘肃麻辣烫概念股的“顶流”，股价也于近日持续上涨。数据显示，截至3月18日收盘，众兴菌业报9.18元/股，股价连续9个交易日上涨，期间累计涨幅达38.46%。

据悉，众兴菌业目前已在甘肃、陕西、山东、江苏、河南、吉林、四川、安徽、湖北等地建立了食用菌生产基地。截至2023年上半年，公司食用菌日产能达1115吨，其中金针菇日产能745吨，双孢菇日产能360吨，均处于行业前列。2023年前三季度，公司实现营业收入和净利润双增长，原因是2023年上半年公司食用菌产品销售均价高于上年同期，尤其是金针菇产品的销售价格同比有较大幅度上涨。

投资者互动平台上，关于菌类产品是否供应麻辣烫市场的提问也陆续增多，众兴菌业均给予了肯

定答复。

这波热度带火的不仅是天水麻辣烫，还有一场全方位的“味蕾游”。据京东消费及产业发展研究院发布的《甘肃天水麻辣烫消费观察》显示，近两周，天水麻辣烫相关产品中，甘谷干辣椒、甘肃麻辣烫调料的成交额环比分别增长超10倍和9.2倍，天水辣椒面、天水油泼辣子、甘肃手擀粉、定西土豆的成交额环比增长均超过100%。

在众兴菌业受追捧的同时，国芳集团也于3月15日、3月18日强势涨停，啤酒上市公司兰州黄河于3月15日涨停。

针对相关概念股股价的强势上涨，星图金融研究院高级研究员付一夫在接受《证券日报》记者采访时表示：“在A股市场中，类似现象并不罕见。年初哈尔滨冰雪旅游的火爆，带动长白山、大连圣亚等相关概念股大涨。然而，随着热度退去，这些概念股股价也迎来了大幅调整。判断一个产业链是否长红，最终还需回归到企业基本面上来。”

## 上市公司积极“宠粉”

天水麻辣烫吸引着众多游客

从四面八方慕名而来，当地政府和甘肃上市公司也纷纷开启了“宠粉”模式。

记者了解到，为更好满足游客需求，天水政府部门创新拓展“天水麻辣烫+”多元服务模式，通过更新城市基建、提供志愿者服务、开通麻辣烫公交线路、设置外地旅游车辆临时停车场、举办麻辣烫“吃货节”、推出景区优惠政策等举措，提升保障服务水平。

甘肃上市公司金徽酒相关负责人向《证券日报》记者表示：“近日，公司的工作人员带着世纪金徽100ml的酒走进天水，免费送给爱吃麻辣烫的外地朋友。”此外，庄园牧场的工作人员也带着浆水酸奶，免费赠送给游客。

来自宁夏的王先生告诉记者：“吃麻辣烫的时候背了个空包，吃完包里装得满满当当，有浆水酸奶、世纪金徽酒、花牛苹果等。”

“美食旅游市场潜力大，产业动能新，发展美食旅游可有效提振国内消费，是旅游业高质量发展的现实选择和长远考量。鉴于美食旅游的业态属性和产业地位不断提升的趋势，其在国内旅游提升计

半导体行业或将步入上行周期  
有上市公司称库存情况好转，在手订单充足

■本报记者 丁莹

全球及国内半导体行业在2022年、2023年经历了主动去库存过程后，2024年库存水平或将大幅改善。近日，多家券商发布研报表示，半导体行业今年有望步入上行周期。

中国电子商务专家服务中心副主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示：“半导体行业周期与库存水平、市场需求和技术发展等因素密切相关。存储芯片被视为‘半导体行业风向标’，价格在2023年下半年率先启动上涨，意味着市场供需关系得到改善，行业将进入上行周期。人工智能产业发展和消费电子市场复苏将是推动半导体行业复苏的重要因素，两者相结合，有望为半导体行业注入增长动能。”

## 行业展现上行信号

据悉，半导体行业是典型的周期性行业，周期长度约为4年左右，上行周期通常为2年至3年，下行周期通常为1年至1.5年。本轮周期的上行区间为2019年第三季度至2022年第二季度，下行区间为2022年第二季度至今。

多家券商于近日发布研报分析半导体产业供需关系，并认为半导体行业正迎来新一轮上行周期。国金证券表示：“主动去库存结束，2024年半导体行业浮现周期上行信号。整体供给调整到位，随着需求稳步向上，芯片价格有望见底向上，半导体产业链即将开启上行通道。”

半导体产业中存储芯片价格已经率先上涨。华安证券电子行业首席分析师陈耀波在接受《证券日报》记者采访时表示：“半导体产业中的数字芯片、模拟芯片、功率芯片、存储芯片等不同细分领域，由于各自供需关系不同，存在细分领域周期错位达1年至2年之久。存储芯片价格自2023年第三季度末开始持续反弹。”

中国金融智库特邀研究员余丰慧向《证券日报》记者表示：“供需调整、库存改善、价格反弹，以及费城半导体指数在经历低点后的大幅上扬，这些都是半导体行业传递出的上行信号。”

## 上市公司经营好转

半导体产业中上游主要包括芯片材料、设备等供应商，中游主要包括芯片设计和制造厂商，下游主要将芯片应用到各个具体领域中，生产出各种不同用途的电子产品。根据Wind数据，截至3月18日，A股市场半导体行业上市公司数量已达到192家。

半导体行业多家上市公司近日迎来机构密集调研。澜起科技在接受调研时对公司发展表达了充分信心，“自2023年第二季度开始，公司库存情况持续好转。公司今明两年的成长逻辑主要包括：行业整体需求恢复、DDR5持续渗透及子代迭代以及新产品开始逐步上量。”佰维存储在接受调研时表示，“公司2024年第一季度经营情况持续好转，在手订单充足。”根据公司公告，2023年度业绩快报，公司2023年第四季度实现营业收入14.96亿元，同比增长86.9%，环比增长53.56%，毛利率环比回升13.51个百分点。

萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊向《证券日报》记者表示：“半导体企业首先要抓住技术变革的机遇，在新型存储、高速连接、先进封装等方面加大研发投入。其次要整合行业资源，提升产业链整体竞争力。”

第110届糖酒会酒店展区  
已提前拉开帷幕

■本报记者 舒娅疆

第110届全国糖酒商品交易会(以下简称“糖酒会”)即将于2024年3月20日在成都开幕，目前，糖酒会开幕前的酒店展区已率先开启。

《证券日报》近日实地走访酒店展区看到，来自全国各地的众多食品饮料厂商们已经云集成都，现场气氛火热。伴随着行业存量竞争加剧，白酒的分化格局愈发凸显，中小酒企感叹招商难，但也有企业表示招商效果良好，此外，龙头企业则积极发力消费者体验互动和新品牌推广等。

据了解，为了招揽客商，中小酒企们可谓拼尽全力，在酒店展区，有厂家打出了招商政策“组合拳”；有厂家则挂出了活动宣传海报，宣布现场交付意向金可抵扣双倍金额的首批进货款。

“我们的工作甚至比来展会观展的人还多，而且感觉很难抓到一个真正有意愿的客户。”一位来自贵州某酒企的招商代表向《证券日报》记者表示，她所在的公司逐年推出新品，但现在竞争激烈，如果在今年糖酒会上的招商效果不佳，她所负责的产品体系可能就不会再被公司选派参加明年的糖酒会了。

一边是中小酒企们绞尽脑汁“求合作”、找客户，另一边也有酒企信心十足、充满期待。“我们参加糖酒会除了招商以外，还有一个很重要的目的是做品宣。”在仁怀酱酒集团展区，现场工作人员向记者表示：“糖酒会是我们一年当中最重要的一次活动，今年的参展效果还行，很多意向客户都留下了联系方式。”

而从头部酒企们的动向来看，发展“底气”更足的他们今年糖酒会期间在推进新品布局、增强消费者培育与互动、满足多样化需求等方面作出了较多努力。

3月18日，贵州茅台(集团)生态农业发展有限公司在成都召开发布会，会上发布蓝莓气泡酒新品，聚焦低度潮饮赛道，这被认为是“茅台系”拥抱年轻消费者的体现。

“在今年的糖酒会，茅台、五粮液、泸州老窖、水井坊、洋河股份等酒企都在积极开展消费者互动、经销商互动等方面的工作。糖酒会的交易功能正在弱化，交流功能在强化。过去，中国酒业是依靠渠道商在推动业绩增长，现在，企业们已经开始围绕终端做C端，通过消费者来驱动成长，从围绕渠道商到主动靠近消费者，这也将是中国食品饮料行业的未来趋势之一。”武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青表示。