

“三桶油”2023年日赚9.46亿元 大手笔分红真金白银回馈投资者

■本报记者 向炎焱

3月25日晚间,中国石油发布2023年年度报告。至此,中国石油、中国石化、中国海油已全部披露2023年业绩。

财报显示,按照中国企业会计准则(下同),2023年,中国石油实现营业收入3.01万亿元,实现归属于母公司股东的净利润1611.44亿元,同比增长8.3%,创历史新高。此外,2023年,中国石化实现归属于母公司股东的净利润604.63亿元;中国海油实现归属于上市公司股东的净利润1238.43亿元。

以此计算,“三桶油”去年合计实现净利润3454.5亿元,相当于日均赚9.46亿元。

加速绿色低碳转型

2023年,国际原油市场供需总体宽松,国际原油价格保持中高位震荡,全年平均油价较上年同期大幅下降。全年布伦特原油现货平均价格为82.64美元/桶,同比下降18.4%。

受油价下降影响,“三桶油”的上游油气业务业绩均有所下滑。2023年,中国石油油气和新能源分部实现营业收入8923.35亿元,同比下降4%,主要由于原油、天然气等油气产品销售数量增加、价格下降综合影响。

从中国石化来看,2023年勘探及开发事业部经营收入为3000亿元,同比下降6.1%,主要由于原油、天然气等产品价格下降。

中国海油主营业务则聚焦于上游的油气勘探、开发和生产,虽然受

国际油价下降影响,公司整体营业收入同比下降1%,但仍然保持了强劲的盈利能力。

尽管国际油价震荡,但“三桶油”均表示,已加大了增储上产力度。根据中国石化财报,2023年,公司全年油气当量产量5.04亿桶,同比增长3.1%,创历史新高。中国石油表示,公司大力加强油气勘探开发,持续推动增储上产,2023年公司原油产量9.37亿桶,同比增长3.4%。中国海油称,全年共获得9个新发现,并成功评价22个含油气构造,公司全年油气净产量达6.78亿桶,储量产量均创历史新高。

此外,“双碳”目标下,“三桶油”都在加速绿色低碳转型。

中国石油表示,公司将加快推动青海、新疆、内蒙古、松江新能源大基地建设,抓好风光发电、气电、地热、氢能、CCUS(碳捕获、利用与封存技术)等项目布局落地,提高清洁能源指标转化率和并网率。

中国海油则大力推进新能源与海上油气生产融合发展,包括打造海上风电平台、陆上光伏项目等。目前,中国海油正稳妥发展CCS(碳捕获和封存)/CCUS新业态,研究适合海上油气开发的CCS/CCUS降碳技术。

中国石化在氢能方面成果显著,致力于打造中国第一氢能公司。目前,中国石化聚焦氢能交通、绿氢炼化布局氢能业务,打通氢走廊;风光发电量稳步增长,CCUS产业化取得突破,绿色低碳发展优势加速形成。

真金白银回馈投资者

在赚得“盆满钵满”的同时,“三桶



油”也不忘以真金白银回馈投资者。

中国石油表示,经统筹考虑经营业绩、财务状况、现金流量等情况,为回报股东,公司董事会建议向全体股东派发2023年末期股息每股0.23元(含税)的现金红利,总派息额约420.95亿元。

中国石化表示,董事会建议派发末期现金股利每股0.2元(含税),连同中期已派发现金股利每股0.145元(含税),全年派发现金股利

每股0.345元(含税),加上年内回购金额,合并计算后2023年度派息比例达到75%。

中国海油表示,董事会建议向全体股东派发2023年末期股息每股0.66港元(含税),连同已派发的中期股息每股0.59港元(含税),2023年度末期股息及中期股息合计每股1.25港元(含税),总派息额594.58亿港元(含税),占2023年度合并报表归属于上市公司普通股股

东的净利润的44%。2022年至2024年,公司全年股息支付率预计将不低于40%。

国海证券分析称,全球油气行业资本支出增长缓慢,需求向上,价格有望稳定。中国石化、中国石油、中国海油增储上产,持续降本增效,2024至2025年,这三家公司油气业务业绩预计稳中上升。石油化工企业在业绩稳增长预期下,有望维持高股息率。

生物农药产业迎快速发展期 相关企业争相加码业务布局

■本报记者 舒娅疆

生物农药行业作为农业可持续发展的的重要组成部分,近年来在全球范围内取得了快速发展。3月24日,由中国农工推广服务中心指导,中国农药发展与应用协会主办的2024绿色防控创新技术交流会在四川蒲江召开,《证券日报》记者从会上获悉,全球生物农药市场规模持续扩大,预计市场规模将从2022年的95亿美元增长至2027年的167.5亿美元,年均复合增长率达到12%。

从企业来看,以科迪华、UPL、先正达、巴斯夫等为代表的全球领先农药公司正在通过收购生物科技或与其合作的方式加快布局生物农药市场,国光股份、钱江生化等A股公司以及多家创新企业也纷纷推进生物农药的创新研发和业务布局。

“我国生物农药产业正进入快速发展阶段,产业有基础、市场有前景、政策有支撑,上述有利因素将促进生物农药企业迎来良好的成长和提升空间。生物农药产业的‘春天’正在到来。”中国农药发展与应用协会

长周普国向《证券日报》记者表示。

市场规模快速增长

近年来,我国大力推行农业绿色发展以加快农业现代化转型,生物农药作为生物高新技术在农业领域应用的重要体现,已成为我国新一轮农业技术竞争高地。

根据CIC灼识咨询3月24日发布的《中国生物农药行业报告》(以下简称《报告》),中国生物农药市场呈现出快速增长的态势。2022年市场规模为150.3亿元,预计到2027年将增长至330.9亿元,年均复合增长率将达到17.1%。

《报告》显示,当前,生物农药(含农用抗生素)占国内总农药市场规模的比例超过10%,未来,随着农业高质量发展持续推进与落实,中国生物农药市场将迎来广阔的发展空间。

生物农药在维护生态平衡与环境、助力保障食品安全及品质、促进可持续发展及低碳农业等方面具有积极意义。在周普国看来,随着消费升级水平的提升,人们对“舌尖上的安

全”更加重视,生物农药的利用受到关注;同时,中国农业生产逐步进入品牌化阶段,相关企业对于采购生物农药保持积极态度,这对生物农药市场的发展有明显拉动;此外,生物农药的出口呈现向好态势,以欧盟为代表的国际市场对生物农药的需求越来越大,也进一步驱动了行业发展。

先正达(中国)投资有限公司生物制剂产品经理王崇利在接受《证券日报》记者采访时表示:“我国的生物农药产业发展水平与国外相比差距不大,几乎处在同一起跑线上。近年来,生物农药已成为全球各大农药巨头关注的重点之一,其主要通过并购初创型企业来完成布局,6家企业销量同比增长幅度达两位,其中,奇瑞控股销量同比增长69.55%,达到34.8万辆,与长安汽车的销量差距已缩小至不足10万辆。

乘联会此前也曾公布过中国品牌新能源车销量,市占率已超过60%。数据显示,今年2月份主流中国品牌新能源车零售份额为60.3%,同比下降4个百分点;合资品牌新能源车份额为3.4%,同比下降0.9个百

分点;新势力份额为16.2%,同比增加5.3个百分点;特斯拉份额为6.7%,同比下降0.1个百分点。

企业创新力受关注

目前,中国生物农药行业发展迅速,生物农药产品登记数量逐年递增,产品覆盖杀虫剂、杀菌剂及植物生长调节剂等品类,不少行业公司已经开始布局生物农药业务。

公开资料显示,截至2023年上半年末,国光股份共有297个农药产品登记,其中属生物农药登记证共50个。公司表示,环境友好型农药产品市场潜力巨大,目前生物农药已成为农药行业研究与投资重点之一。

钱江生化的生物农药业务涵盖了植物生长调节剂、杀虫剂、杀菌剂等产品的研发、生产和销售。公司表示,农业农村部提出持续推进农药减量增效,倡导减量资源节约型和环境友好型的生态文明和绿色生产,为生物农药的发展提供了良好契机和巨大空间。

成都新朝阳作物科学股份有限

公司是工信部首批专精特新“小巨人”企业,公司副总经理、生物技术研究院院长任丹向《证券日报》记者表示,公司目前研发方向主要集中在土壤修复技术、生物刺激素、天然产物农药等方面。“相较于化学农药,生物农药行业目前仍属于‘蓝海市场’,具备资源优势、创新优势、技术服务优势的企业有望实现领先发展。”

王崇利表示,目前在生物农药行业中,初创型企业的占比较大,随着行业不断发展,竞争将渐趋激烈。“未来有两种类型的生物农药企业有望在竞争中占据优势,一种是具备较强资金实力的公司,有利于更好推进产品的研发和推广;另一种则是产品服务较好的公司,谁的服务能力更强,谁的竞争优势就更强。”

周普国表示,随着头部企业的进入和行业集中度的逐步提升,生物农药企业的竞争日趋激烈将不可避免。综合来看,未来包括产品、技术、管理方面的创新,都将成为生物农药企业在竞争中实现突破的“制胜法宝”。

2月份中国品牌乘用车销量达79.1万辆 市场份额近60%

■本报记者 龚梦泽

3月25日,中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布最新汽车产销数据,2024年2月份,中国品牌乘用车销量达到了79.1万辆,虽然同比下降9.4%,但市场份额仍达59.4%。1月份至2月份,中国品牌乘用车累计销量达到了206.6万辆,同比增长了26.7%,市场份额达59.9%。

中国品牌车型接受度走高

当下,消费者对中国品牌车型的热情持续提升。今年2月份,中国品牌轿车、SUV和MPV车型市场份额分别为48.7%、66.5%和66.1%。与上年同期相比,均呈现明显增长。

从价格区间来看,前2个月,传统燃油车中,10万元至20万元、40万元至50万元价格区间的车型,销量

同比呈正增长。其中,15万元至20万元价格区间的车型销量涨幅最大;10万元至15万元价格区间的车型累计销量为85.9万辆,同比增长11%;紧凑型累计销量达到134.3万辆,同比增长6.1%。

车企方面,今年前2个月,销量排名前10位的汽车企业(集团)共销售新车339.5万辆,占汽车销售总量的84.3%。排名前10位的企业中,6家企业销量同比增长幅度达两位数,其中,奇瑞控股销量同比增长69.55%,达到34.8万辆,与长安汽车的销量差距已缩小至不足10万辆。

乘联会此前也曾公布过中国品牌新能源车销量,市占率已超过60%。数据显示,今年2月份主流中国品牌新能源车零售份额为60.3%,同比下降4个百分点;合资品牌新能源车份额为3.4%,同比下降0.9个百

分点;新势力份额为16.2%,同比增加5.3个百分点;特斯拉份额为6.7%,同比下降0.1个百分点。

中汽协副总工程师许海东对《证券日报》记者表示,应该利用市场化手段推动我国新能源汽车市场渗透率的提升,这不仅有利于打开市场增长空间,对新能源汽车产业的持续发展也具有重要意义。

自主品牌新车扎堆发售

在高涨的消费热情下,车市冲量热身赛提前打响。进入3月份,国内汽车市场多款新车密集发布。截至3月25日,包括红旗EH7、长安汽车第三代CS75PLUS冠军版、第二代UNI-V、第三代逸动等多款新车相继发售,全新吉利星瑞和星越L长风版也即将亮相。

中国乘用车产业联盟秘书长张

秀阳表示,3月份上市的新车在类别、数量、品牌、价格等方面显示出三大特征:一是新能源车型占据绝对主导;二是自主品牌上市的产品密集度远高于合资品牌,上市新车的市场热度和关注度更高;三是新车价格持续下探。

具体来看,作为红旗新能源品牌的首款车型,红旗EH7凭借独有的创新科技、强大的性能配置,在竞争白热化的市场中成为强有力的竞争者。

在长安汽车春季焕新发布会上,三款经典车型焕新上市,不仅外观内饰升级焕新,智能、动力、安全方面也迎来全面进化,进一步完善了长安汽车“传统燃油车+新能源车”的双翼产品布局。数据显示,2024年前2个月,长安汽车累计销售汽车43.3万辆,同比增长19.4%。其中自主品牌汽车销量36.8万辆,同比增加19%。自主品牌新能源车2

月份销量2.3万辆,同比增加12.9%。2024年,长安汽车将冲刺280万辆的销量目标。

此外,《证券日报》记者从吉利汽车方面获悉,2024款吉利星瑞和星越L长风版即将于3月26日投放市场。吉利汽车2023年财报显示,去年公司累计销量为168.65万辆,同比增长约18%,年销量创历史新高;全年新能源车销量为48.75万辆,同比增长48%,渗透率达29%。

“中国品牌车型在市场上的销量逐渐上升,原因有很多。比如随着国内汽车制造业的发展和在技术创新方面的不断投入,推出了许多具有竞争力的新车型。此外,中国品牌车型在价格上比合资车更具竞争力。”张秀阳表示,在新一轮的技术迭代和价格竞争中,国内车企正通过加速推出有竞争力的车型构建各自的产品矩阵,进而快速抢占市场份额。

播映剧集数量大增

稻草熊娱乐去年总收入约8.41亿元

■本报记者 王丽新
见习记者 梁傲男

3月25日,稻草熊娱乐集团(以下简称“稻草熊娱乐”)发布2023年度业绩公告,截至2023年12月31日,稻草熊娱乐实现总收入约8.41亿元,经调整净亏损约8810万元,毛利约为6330万元。基于多部精品剧待播,截至去年年末,稻草熊娱乐存货约为13.08亿元,同比增长17.9%。

对于公司去年的业绩表现,稻草熊娱乐表示,2023年,公司坚持以生产优质内容的长期主义为发展策略,不断夯实主营业务,优中选优提高剧集质量,灵活把控剧集数量,以适应市场快速变化及不断增长的优质内容需求。报告期内,公司实现多部优质剧集的播映,并取得了良好的播出效果及市场口碑。

一位影视行业券商分析师对《证券日报》记者表示,2023年影视行业整体呈现回暖态势,尽管流媒体平台依然保持趋紧的播出和采购策略,但上游的剧集公司已经开始适应这一节奏,并进一步挖掘出新的市场空间。

行业进入品质博弈阶段

纵观国内影视行业,长视频平台业务向上游延伸,增加自制剧、定制剧的占比,而以精品化为导向的公司成为新阶段的王者。

稻草熊娱乐作为国内优质的剧集制片商及发行商,主要从事电视剧及网剧的投资、开发、制作和发行。2023年,公司业绩虽然呈现短期承压,但是业务结构性调整带来的效果已经显现。

稻草熊娱乐发布的2023年度业绩公告显示,报告期内,来自剧集播映许可产生的收入达到7.5亿元,同比增长近56%,主要由于2023年公司多轮(包括首播及重播)播映的剧集数量大幅增加所致。

事实上,随着近年来流媒体平台开源节流,内容采购预算不断缩减,影视剧上下游已经进入品质博弈阶段。根据灯塔数据,2023年网播剧集市场有效剧集数量为294部,较2022年减少10.6%,同时正片总播放指数逆势上扬,剧集拍摄制作逐步回归正常节奏,深入布局精品内容、提质减量已成为行业共识。

在影视行业整体面临提质减量的发展趋势下,长视频行业的竞争将进一步集中于优质内容的输出能力。稻草熊娱乐及其平台型运营模式的优势得到进一步凸显。2023年,稻草熊娱乐播映了多部高口碑剧集,包括《今日宜加油》《心想事成》及《我的助理不简单》等。

IP储备充足

公告显示,稻草熊娱乐仍然保持着充足的IP储备,待播剧和备案剧集数量充沛。截至2023年12月31日,稻草熊拥有对40余部剧本和小说的影视剧改编权及其他形式使用等权益。

待播剧方面,稻草熊娱乐有7部电视剧及3部网络剧已制作及/或发行但尚未播映,10部作品均计划于2024年上映。

在不少业内人士看来,稻草熊娱乐稳定的高品质输出得益于其独特的“大台中台”系统。“通过‘大台中台’系统绑定优秀的编剧、导演、制作人行等行业人才,形成稳定的创作班底和核心业务团队,以此减少磨合成本,持续输出精品内容。”上述分析师表示。

稻草熊娱乐董事会主席兼首席执行官刘小枫此前在接受媒体采访时表示,凭借日益完善的平台型运营模式,公司与已经合作的上游行业头部编剧、导演、制作人行等行业人才的关系愈加紧密,不断挖掘、拓展与行业内优秀人才的紧密合作,增强与杰出艺术家之间的合作黏性,使其融入公司的内容生态体系中,为制作优质内容赋能。

从业绩公告来看,稻草熊娱乐正在探索更多的变现途径,如调研基于优质IP设立的线下文旅项目,积极探索并尝试AI技术在影视行业的应用方向等。

公告显示,稻草熊娱乐在2023年播映的剧集中已有部分拍摄场景使用了LED屏幕虚拟技术进行制作。

未来,稻草熊娱乐将结合该种拍摄方式积极探索更加高效的生产方式及成本控制体系,比如把同类型的剧集按照工业化生产线的成本管理体系进行多项目并行拍摄,识别影视制作中各项流程的交接点、时间控制点,并通过共享项目统筹、AI智能切换拍摄场景等方式,实现多项目交互制作,以进一步减少项目成本。

国金证券研报显示,关注AI工具对影视、游戏等产业带来的赋能或变革。AI工具、模型的持续迭代使下游产业对如何应用AI更加明晰,虽然目前AI生成内容尚未达到可进行商业化的水平,但AI制作影视剧、游戏的可能性将进一步强化。

稻草熊娱乐在业绩公告中表示,展望未来,公司将始终坚持以优质内容为长期主义,强化IP运营管理,持续稳定地为观众输出精品剧集;理性探索算法应用、AIGC等新技术在业务中的突破应用,提高生产效率,推动工业化生产;努力尝试拓展变现途径,推动优质内容的后续商业化变现。