

年内沪深北三市共5130家公司召开业绩说明会 董事长、总经理出席率达98.5%

■本报记者 赵学毅 李乔宇

根据中国上市公司协会(以下简称“中上协”)统计数据,今年以来,沪深北三市共有5130家公司召开了2023年度业绩说明会,约占所有上市公司数量的96.1%。

随着新媒体迭代发展,投资者对上市公司信息披露质量及双向沟通的需求不断提升,上市公司业绩说明会从形式到内容面临重塑。以投资者关切为主导,召开方式、呈现形式日趋多样化;注重将业绩说明会与AI技术、金融科技、数字化转型深度融合;业绩交流高规格、常态化等已成为业绩说明会的重要标签。

业绩说明会发挥积极作用

根据中上协统计数据,上述召开业绩说明会的公司中,董事长、总经理出席率达98.5%,其中沪市约99.3%,深市约97.9%,北交所约97.2%。独立董事依旧保持了较高的出席率,沪市、深市、北交所分别达94.6%、87.5%、83.8%。

近20%的企业邀请了分析师、行研专家等外聘专业人士出席,为投资者

提供市场前沿动态,提升交流的深度和专业性。上证路演中心统计数据,华电国际、渝农商行、中信金属、国泰君安、重庆银行、九州通、首创环保、民生银行、中国平安等上市公司超10位高级管理人员集体亮相业绩说明会。业绩说明会作为直接连接上市公司高管和中小股东的平台,正在发挥更加积极的作用。

中上协表示,“关键少数”的参与程度,一定程度上折射出业绩说明会的“含金量”,也能吸引更多投资者参与互动。

另外,上证路演中心数据显示,截至6月30日,共计1901家沪市上市公司在上证路演中心举办2023年度业绩说明会,全平台浏览量累计近4000万。路演中平台数据显示,共有14351位机构投资者参与了公司业绩说明会。全景路演平台数据显示,共有21772位投资者参与了公司业绩说明会。价值在线平台数据显示,与去年上半年相比,今年上半年新增了584场路演,10019名参会用户,以及397个机构投资者。东方财富数据显示,相比去年,今年参与业绩说明会交流的投资者数量增加了57.5%,个人投资者通过平台更直接

地向上市公司表达了关注和诉求。

AI等数字化手段入场

与往年相比,今年上市公司准备更加充分,重视业绩发布全流程筹备,会前与投资者进行预先交流或提前研判投资者关心的问题,为业绩说明会的顺利开展备足“功课”,并在业绩说明会后持续关注投资者线上提问。

借助AI技术等数字化手段及新媒体方式展示公司亮点特色。线上召开业绩说明会依旧是主流方式,“云上相聚”作为高效便捷的会议形式直观便利地拉近了上市公司与投资者之间的距离。更多上市公司不再局限于传统的文字、图片和视频展示,积极拥抱新技术,引入AI技术等数字化手段赋能呈现形式。

根据中上协统计数据,今年,90%的上市公司采用线上方式召开业绩说明会,其中365家企业采用线上直播的形式召开,170余家企业的业绩说明会通过多平台渠道观看,并为投资者提供更多元的选择。

同时,越来越多的上市公司意识到,业绩说明会并不是“一次性”的工



5130家召开了2023年度业绩说明会的公司中,
董事长、总经理出席率达到98.5%

其中

沪市约99.3%,深市约97.9%,北交所约97.2%

中国联通上半年实现利润总额168亿元 拟派现约30亿元

■本报记者 李乔宇

8月15日晚间,中国联通披露2024半年度报告。公告显示,今年上半年,中国联通实现营业收入1973亿元,同比增长2.9%;实现利润总额168亿元,同比增长10.2%;实现归属于母公司的净利润60亿元,同比增长10.9%,盈利能力逐年攀升。展望全年,中国联通表示,有信心实现营业收入稳健增长,利润两位数增长。

今年上半年,中国联通资本支出为239亿元,同比下降13.4%。资本结构持续优化,带息债务较去年底下降3.8%至303亿元,资产负债率下降至44.9%。

在中国联通中期业绩说明会上,中国联通董事长陈忠岳对《证券日报》等媒体记者表示,公司将强化网业协同,精准投入,资本支出实现有效控制。

当日,中国联通亦披露2024半年度利润分配公告,称拟每股派发现金红利0.0959元,共计拟向公司股东派发现金约30亿元(含税)的股利。

今年上半年,中国联通网络通信业务收入以及算网数智业务收入均有提升。其中,中国联通网络通信业务完成收入1251亿元,同比增长2.1%。

算网数智业务为中国联通第二增长曲线。上半年,中国联通加快推动通信科技(CT)、信息科技(IT)、数据科技(DT)、运营科技(OT)与垂直行业、重点场景深度融合,积极开拓算网数智新蓝海。上半年算网数智业务收入为435亿元,同比增长6.6%。

陈忠岳表示,算网数智业务是公司发展的增长极,目前占中国联通主营收入的四分之一,上半年增长6.6%,发挥着引擎作用。“下一步,面向千行百业数智升级,我们将继续巩固联通云和算力网络基础,打

造可信数据服务,深化人工智能应用创新,推动网络安全产业链高质量发展,全力开拓算网数智新蓝海。”

中国联通深入行业场景,融入客户生态,推动数智应用双位数增长。上半年,实现收入37亿元,同比增长13.5%。积极助力新型工业化,累计建成5800多个5G工厂,服务1.2万余个5G专网客户,落地超过3.8万个商业化项目,提升联通5G+工业互联网品牌影响力;积极推动万物智联,格物平台的标准物模型达到千余个,接入设备品类超万种,服务企业客户超过10万家;车联网保持前装联接市场主导地位。

上半年,中国联通实现国际业务收入60亿元,同比增长8.4%,主要得益于出国漫游和境外手机业务收入实现较高增速,全球智能组网、大带宽专线、联通云及物联网等主要产品收入实现快速增长。物联网境外连接能力

实现突破,同比增长93.4%。

陈忠岳表示,今年7月10日,工信部正式向中国联通颁发青岛、海口国际通信业务出入口许可。“由此,我们的国际网络韧性将进一步增强,国际业务传输时延将进一步降低,形成面向共建‘一带一路’国家的高品质互联互通网络,为国际化发展提供更为坚实的网业基础和更为有利的发展条件。”

今年上半年,中国联通持续筑牢高质量发展网络底座。在新型基础设施方面,中国联通聚焦“互联网、算力网、数据网”三张网,上半年完成固定资产投资239亿元。

上半年,中国联通持续提升移动互联网覆盖水平,5G中频基站超过131万站,低频基站达到78万站,4G中频基站超过200万站,网络核心竞争力不断增强;超百个城市实现RedCap、载波聚合等5G-A关键技术

商用部署。

算力网方面,完善云网边一体化布局,全网算网算力达到10EFLOPS;布局20多个大型算力中心园区,全面覆盖“东数西算”枢纽节点。

数据网方面,发挥泛在接入优势,利用10M到400G弹性带宽的承载网能力,为数据流应用打造高弹性带宽、超低时延、灵活组网、分类传送的数据服务网络。

中国联通相关管理层告诉《证券日报》记者,未来,中国联通一方面要推动资源向网络基础设施、网络信息安全、数字技术创新以及数字信息应用服务等领域;另一方面要强化战略合作,以产投融合助力新兴产业和未来产业的发展,加快推进通信信息数据运营技术与垂直行业重点产品的深度融合;此外,深化与国家实验室、科研机构的高效协同,提升公司的科技创新的硬实力。

阿里巴巴发布2025财年第一季度财报: 淘天GMV稳定增长 公共云业务收入双位数增长

■本报记者 谢岚
见习记者 梁傲男

8月15日晚间,阿里巴巴集团发布2025财年第一季度财报,战略聚焦与持续投入皆有成果,电商与云业务作为集团的两大核心驱动力,均实现了积极进展。其中,淘天集团线上GMV维持稳健增长态势,持续巩固市场领先地位;阿里云则聚焦“公共云+AI”战略,公共云业务收入实现双位数增长,AI相关产品的收入更是迎来了三位数的迅猛增长。

阿里巴巴集团CEO吴泳铭表示,通过专注于好货好价好服务以提升用户体验,带动淘天集团稳定市场份额,业务重回增长轨道。云计算业务收入实现积极增长势头,这得益于公

共云和人工智能相关产品的采用量提升。

财报显示,2025财年第一季度,淘天集团坚持围绕用户体验提升和优化商家经营生态加大投入,陆续推出一系列改革创新举措收获显著成效。

2025财年第一季度,淘天集团致力于用户体验的全面提升与商家经营生态的优化,通过一系列改革创新举措,实现了显著的市场反馈与业务增长。为改善用户体验,淘天集团率先取消购物节期间的官方预售,推出大促全程价保等举措,并升级88VIP会员权益。

围绕“用户为先”的投入持续见效,2025财年第一季度,淘天线上GMV稳定增长,订单量同比双位数增

长,购买人数和购买频次持续增长,88VIP会员数增至超4200万。

淘天集团推出一系列举措增强商家的长期经营信心,例如,“生意参谋”全面免费,加大行业消费补贴力度。7月26日,淘天集团公布更多举措,包括优化“仅退款”规则,上线“店铺综合体验分”等,为商家创造更健康的经营生态,实现可持续发展。

与此同时,阿里云聚焦“AI驱动,公共云优先”战略,持续扩大技术及规模优势。数据显示,2025财年第一季度,阿里云的外部收入(不包含阿里巴巴集团内部云收入)同比增长率达到6%,这一增长主要得益于AI技术的广泛应用与相关产品采用率的显著提升。AI相关产品收入三位数增长,阿里云季度经调整EBITA同比

强劲增长155%。

“2025财年对于阿里巴巴而言,是持续深化战略方向、并致力于巩固前期变革成果的重要时期。”中国电子商务专家服务中心副主任郭涛向《证券日报》记者表示,在过去数个季度中,阿里巴巴围绕提升消费者体验、加强AI基础设施构建及提升技术能力的策略性投入,已初步显现出对业务发展的积极推动作用。这些投入不仅验证了公司战略方向的有效性,也为未来一个财年内实现更为稳固和可持续的增长奠定了良好基础。

2025财年第一季度,阿里巴巴跨境业务和跨境履约服务的协同效应继续显现,带动阿里国际数字商业集团和菜鸟集团保持高速增长。其中,阿里国际数字商业集团收入

同比增长32%。菜鸟季度收入同比增长16%。

此外,在电商、云之外的多个业务内运营效率持续提升,亏损显著改善。2025财年第一季度,由于运营效率改善和业务规模提升,本地生活集团实现大幅减亏。高鑫零售、盒马、阿里健康和灵犀互娱的季度经营业绩也均有改善。

中国信息协会常务理事朱克力对《证券日报》记者表示,阿里巴巴在电商、云计算、数字媒体及娱乐、本地生活服务等多个领域均有布局,这种多元化的业务结构有助于抵御单一市场的风险,并为收入增长提供多个增长点。未来,随着各业务板块的不断发展与市场拓展,公司收入有望继续保持增长态势。

长春高新上半年营业收入同比增长7.63% 董监高抛出增持计划

■本报记者 马宇薇

8月15日晚间,长春高新发布2024半年度报告。今年上半年,公司实现营业收入66.39亿元,同比增长7.63%;实现归属于上市公司股东的净利润17.20亿元;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润17.37亿元。

长春高新构筑了以生物制药产业为主的战略格局,产业活力持续提升。

今年上半年,长春高新子公司金赛药业实现收入51.52亿元,同比增长0.25%;子公司百克生物实现收入

6.18亿元,同比增长10.50%;子公司华康药业实现收入3.91亿元,同比增长10.37%;子公司高新地产实现收入4.56亿元,同比增长372.45%。

经营活力持续进发的同时,包括长春高新董事长在内的9名董监高拟增持公司股份,增持金额合计不低于1500万元,增持主体承诺,本次增持的股份在增持行为发生之日起12个月内不减持。

在努力确保生长激素产品业绩稳定的情况下,长春高新积极加强新业务的培育,目前已拓展布局辅助生殖、青少年成长发育等领域产品。子公司金赛药业在儿童营养、

超重肥胖、脊柱体态健康等多个领域持续创新;在女性健康领域积极打造覆盖女性全生命周期的多元化产品组合。

长春高新相关负责人对《证券日报》记者表示:“公司在聚焦妇女儿童健康领域的同时,成人内分泌、肿瘤、体重管理等新业务板块战略规划布局不断清晰、完善,公司将持续致力于科技创新,提高研发效能,加大创新技术及产品产业化力度,布局新的业绩增长点,进一步丰富更加具备市场竞争力的产业布局,保持经营活力,打造业绩增长点。”

立足医药产业,长春高新积极

完善产业结构及产品结构。公司以创新为抓手,以研发为驱动力,不断提升科研成果转化效率和效益。今年上半年,长春高新研发投入11.38亿元,同比增长10.18%;其中研发费用8.87亿元,同比增长26.16%。公司多款在研产品已取得新进展。

上述长春高新相关负责人表示:“公司将始终坚持科技创新和模式创新,不断推动医药创新,致力于以更全面、更高效的方式满足患者多样化的需求,推动各层级产业持续发展。”

历经多年的产业格局优化,长

春高新正以科技创新为主导,以医药产业为核心,不断释放发展潜力。

“公司切实加强前瞻布局,围绕儿童健康、女性健康、内分泌等主力领域开展具有开发潜力的靶点自主研发,不断明确疾病赛道,寻找内外部机会,加速研发项目引进,助力产品管线建设。”上述长春高新相关负责人进一步表示。

长春高新表示,公司将在巩固国内医药产业核心竞争力的同时,持续加大研发投入,积极推进创新药品的研发与市场布局,着力推动公司高质量发展。

京东集团第二季度营收净利双增 “保质低价”促进用户数增长

■本报记者 谢岚
见习记者 梁傲男

8月15日晚间,京东集团(以下简称“京东”)发布了2024年第二季度及上半年业绩。第二季度,京东收入达2914亿元,上半年收入达5514亿元,继续保持增长;在非美国通用会计准则下归属于上市公司普通股股东的净利润达到145亿元,同比增长69.0%,净利润率首次达到5.0%,均超出市场预期。

京东集团首席执行官冉表示:“第二季度,我们不断夯实供应链能力和用户体验,助力京东在中国电商行业中建立差异化能力。通过规模效应和采购效率的持续提升,在保证质量的前提下,为用户天天带来低价商品。结合平台生态的愈发繁荣,这些进展得到用户的认可,第二季度用户数稳健增长,且用户参与度继续向好。”

分收入结构来看,第二季度,京东零售收入达2570.7亿元,同比增长1.5%;京东物流收入为442.07亿元,同比增长7.7%;新业务第二季度收入有所下降,为46.36亿元,去年同期为71.27亿元。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇在接受《证券日报》记者采访时表示,第二季度,京东通过提供优质的客户服务,优化移动端购物体验、增强会员权益等方式提升用户体验。例如,推出更快捷的配送选项,提供个性化的商品推荐,加强售后服务等。这些举措增强了用户的满意度和忠诚度,进而转化为更高的用户黏性和更多的重复购买行为,推动了消费增长。

以用户体验为核心,更重视可持续的投入和有质量的增长,让实惠真正落到用户身上,才能让扶持举措实实在在助力品牌和商家提效。财报显示,基于过去半年的战略执行,京东的季度活跃用户数和用户购物频次在第二季度继续保持两位数的增长势头。

上半年,京东的“春晓计划”升级了AI开店等32条对商家的扶持举措,这也带动了新增第三方商家数量在第二季度比第一季度提升了46%。第二季度,京东即时零售升级推出京东秒送,目前可以为全国2400多个县区的消费者提供最快9分钟送达的购物体验。

财报显示,截至第二季度,京东的供应链基础设施资产规模达1560亿元,同比增长11%。据记者了解,京东物流已在全球拥有近100个保税仓库、直邮仓库和海外仓库,总管理面积接近100万平方米,最快能在3日内将包裹送达欧美主要国家。

通过不断优化网络布局和迭代技术应用,供应链各环节的运营效率与质量持续提升,规模经济效益日益显著。为京东物流的稳定发展奠定了坚实基础。这一系列举措不仅提升了物流服务的整体效能,也为京东在零售电商领域的持续增长提供了有力支撑。

据悉,京东2017年全面向技术转型,截至第二季度末,京东研发投入已累计近1300亿元。在自营商品SKU(最小存货单位)超过1000万个基础上,京东第二季度的存货周转天数继续保持低于30天的全球领先水平。

洪勇表示,京东在技术转型方面持续加大投入,特别是在人工智能和大数据的应用上,例如通过智能物流系统提高配送效率,利用AI技术进行精准营销,以及通过数据分析优化库存管理等。这些技术创新通过减少运营成本、提高服务效率和增加销售收入等方式直接促进了利润增长。

第二季度,京东持续推动云计算、大数据、AI等数字技术在实体经济场景的落地和应用。京东“618”期间,言犀数字人携手5000个品牌稳定开播,直播累计观看人次超过1亿,21位总裁数字人亮相京东直播间,开启了行业首个总裁数字人大规模实践。

借助京东AIGC内容生成平台的帮助,截至第二季度,已有14万个第三方商家可以一键生成店铺运营所需的商品图片、运营与营销文案、商品短视频等内容素材,商家内容制作效率提升90%以上。

(上接A1版)

在应用落地前景逐步明确的背景下,大模型也吸引了各路资本入局。据记者不完全统计,今年前7个月,我国大模型领域超千万元融资达到近90起,融资总额超320亿元。

其中,多家独角兽AI公司获知名投资机构 and 互联网厂商投资。例如,5月31日,智谱AI获沙特阿美旗下风险投资部门管理的基金Prosperity 74亿美元B+轮融资,投后估值达到30亿美元(约210亿元人民币)。智谱AI此前的多轮融资中,投资方包括高瓴资本、启明创投、君联资本、小米、阿里、美团等;7月25日,百川智能完成了50亿元的A2轮融资,投后估值达到200亿元,投资方包括阿里、小米、腾讯、亚投资本、中金等头部大市场和市场化投资机构。

中信证券科技产业首席分析师许英博表示,当前,中国正处于信息化、数字化和智能化的“三化并举”阶段,为提升智能化水平,企业和供应链需在信息化和数字化方面“补课”。数据基础设施、数据管理、数据服务、数据应用等环节的投资潜力较大。

展望未来,赵刚表示,人工智能是引领性技术创新,将带动各行各业智能化发展,成为培育新质生产力的重要支撑。