

保利发展上半年增收不增利
将进一步稳经营提质效

■本报记者 丁蓉

8月20日,保利发展披露2024年半年报。公司上半年实现营业收入1392.49亿元,同比增长1.66%;归属于上市公司股东的净利润74.20亿元,同比下降39.29%。

在当日下午召开的2024年半年度业绩说明会上,公司管理层在回答《证券日报》记者提问时表示:“受到市场下行影响,上半年公司毛利率同比有所降低。下半年,公司仍将贯彻落实既定的战略方针,稳经营、提质效,持续推进系统性体系建设,提高公司发展质量。”

今年上半年,保利发展实现签约面积954.25万平方米,销售金额居行业第一。

保利发展管理层在业绩说明会上介绍了公司上半年的经营策略:“上半年,保利发展积极调整销售策略,一方面,把握二季度以来政策频出、客户来访热情高涨的市场窗口,积极加大推货力度,二季度推货1254亿元,环比一季度增长181%;另一方面,公司坚定贯彻落实去库存策略,总部和一线人员两级联动,根据政策热点,加强综合去化举措。”

从第二季度单季的业绩情况来看,保利发展实现营业收入895.01亿元,同比下降7.77%;归属于上市公司股东的净利润51.96亿元,同比下降45.31%。

上海易居房地产研究院副院长严跃进向《证券日报》记者表示:“在行业波动时期,要求房地产企业一方面开源节流,另一方面要积极挖掘潜在的购房需求,推动经营发展。同时,优化财务结构也是工作重点之一,房地产企业需要动态监测现金流和销售数据情况,以实现稳健经营。”

财务结构方面,截至6月末,保利发展扣除预收款的资产负债率为65.67%、净负债率为66.18%、现金短债比为1.22,保持稳健的资产负债结构。公司一年内到期有息负债占比19.82%,较年初下降0.99个百分点;三年以上到期的有息负债占比33.12%,较年初提升1.52个百分点;直接融资占比提升1.52个百分点至17.82%。截至半年报披露日,公司已获批准注册100亿元公司债券,推出95亿元向特定对象发行可转换公司债券方案,为进一步优化债务结构打下了基础。

保利发展管理层向《证券日报》记者表示:“未来,公司将根据具体经营情况,积极把握市场利率下行的趋势,通过做好发行公司债券等工作,持续动态调整债务的期限结构和成本结构。”

国金证券研报认为,尽管保利发展上半年业绩下滑,但未来有望受益于行业供给侧出清,市占率或将持续提升。

越秀服务上半年实现营收19.6亿元
将密切跟进并购不盲目扩张规模

■本报记者 陈潇

“2024年上半年,物业管理行业在经历了由资源驱动、资本驱动后,逐渐回归服务本源。”8月20日,越秀服务董事会主席朱辉松在中期业绩会上向《证券日报》记者等媒体表示,面对行业规模增速放缓、行业竞争不断加剧的新形势和新挑战,公司强调做有温度的物业服务,有质量的规模外拓,有效益的增值服务。

根据同日越秀服务集团发布的上半年“成绩单”显示,报告期内,越秀服务实现营业收入19.60亿元,同比增长29.7%,股东应占盈利为2.78亿元,同比增长12.1%。董事会建议派发中期股息每股0.091元,派息率为50%,以回馈股东长期以来对越秀服务的支持。

今年上半年,越秀服务的非商业物业管理及增值服务所得收入为16.01亿元,同比增长32.3%,占总收入的81.7%,贡献了较大的收入增量。

其中,社区增值服务中的美居、家居服务均表现亮眼,带动该部分占总收入的比例达到32.9%;此外,商业物业管理及运营服务所得收入为3.59亿元,同比增长19.2%,占总收入的18.3%。

“美居业务整体在上半同比增长约2.1倍,收入达到2.45亿元。同时,我们在推进到家服务的前期创新和探索。”越秀服务执行董事兼常务副总裁张成皓向《证券日报》记者等媒体表示,增值业务中,增长较快的还有新零售业务,其中的文旅和团餐业务都在开展尝试。

收入的增长离不开在管面积的持续增长。数据显示,截至2024年6月底,越秀服务拥有合约项目508个,总合约面积8881万平方米。在管项目418个,总在管面积6667万平方米。

上半年,越秀服务新签约项目59个,新增合约面积926万平方米,其中,越秀服务中标了多个标志性项目,如港珠澳大桥、国家能源大厦、福州地铁5号线等,约600万平方米来自市场拓展。

尽管规模得到稳步提升,但距离越秀服务在其上市之初提出的管理规模达到一亿平方米的目标,仍存在一定差距。

对此,越秀服务执行董事兼行政总裁张建国亦在业绩会上坦言,差距主要来自于公司对于并购的慎重。

“当时我们考虑规模增长主要是通过三个渠道。一是母公司股东关联方的交付,计划是每年500万平方米左右。二是市场投拓,通过市场竞标的方式去增加规模。三是并购。”张建国表示。

“现在从这三个来源来看,关联交付和市场拓展基本上是在轨的。主要的缺口还在并购。我们实际上也在密切跟进,对于并购的市场风险进行全面的评估。重点关注跟我们协同效应较高、经营质量和可持续性高、能够提升区域密度、财务规范以及估值相对合理的公司。”张建国表示。

越秀服务管理层表示,物管市场现在还处于相对分散的状态,行业将逐步走向高质量发展,存在一定的整合空间,集中度会持续上升,并购行为会持续。

“现在的募集资金还有5亿元,是用于并购目标,但更加期待从自身高质量的市场拓展,去逐渐的增加管理规模。”越秀服务管理层强调,不会盲目扩张规模,坚持做负责任的并购。

阿维塔115亿元入股
华为引望估值或超千亿元

以阿维塔出资115亿元收购10%股权计算,引望估值将高达1150亿元

■本报记者 龚梦泽 冯雨璠

时隔近九个月,长安汽车与华为的合资公司项目进一步敲定。8月20日,长安汽车联合企业阿维塔科技(以下简称“阿维塔”)在重庆与华为签署《股权转让协议》,约定阿维塔购买华为持有的深圳引望智能技术有限公司(以下简称“引望”)10%股权,交易金额为115亿元。

可以看到,在鸿蒙智行模式大获成功后,由智能汽车解决方案供应商成立新公司、汽车主机厂投资入股的模式,正成为车企关注的焦点。

根据协议,引望正式从华为全资控股变更为两大股东共同持股90%、10%。以阿维塔出资115亿元收购10%股权计算,引望估值将高达1150亿元。

阿维塔成引望第二大股东

8月20日,华为与长安汽车全面战略合作暨阿维塔投资引望公司签约仪式在重庆举行。

根据相关协议,引望董事会由7名成员组成,根据股东持股比例确定董事会席位。目前华为有权提名6名董事,阿维塔有权提名1名董事。

资金方面,转让价款全部来自阿维塔的自有资金,分三期支付,相应分别设置付款先决条件。转让方收到第一笔转让价款之后,开始启动本次交易的具体活动,开始将本次交易范围内的技术、资产、人员等以本次交易相关文件约定的适当方式转移至目标公司。交易完

成后,阿维塔购买华为持有的引望10%股权。这也意味着,阿维塔正式入股华为引望,成为其第二大股东。

签约仪式上,长安汽车董事长、党委书记朱华表示,阿维塔代表了公司高端化发展方向,长安汽车支持阿维塔成为首家入股引望公司的企业,充分体现了长安汽车的战略意图,就是要将其打造成为“汽车产业共同参与的开放平台”最鲜活的案例。

往前回溯,去年11月份,长安汽车发布公告,公司与华为签署了《投资合作备忘录》。经双方协商,华为拟设立一家从事汽车智能系统及部件解决方案研发、设计、生产、销售和服务的公司,长安汽车拟投资该新公司并开展战略合作。

上述新公司即引望,长安汽车也是最先表态要投资引望的车企。而此次力推阿维塔投资引望,于长安汽车而言,是加速推进品牌向上战略之举。

当前,长安汽车旗下主力新能源汽车品牌主要有三个:阿维塔、深蓝以及长安启源,基本覆盖了10万元至60万元的主流新能源车市场区间。其中,阿维塔品牌定位高端智能化。

作为此次签约方,阿维塔相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,未来在交易协议的基础上,阿维塔将与引望公司签署细致的深化战略合作协议,协议内容拟包括但不限于联合品牌营销、联合产品定义和设计、核心技术优先搭载、零部件优先供应、整车平台共



创等方面。

华为全面赋能长安系品牌

资料显示,引望成立于今年1月份,业务范围包括汽车智能驾驶解决方案、汽车智能座舱、智能汽车数字平台、智能车云、AR-HUD与智能车灯等。此后数月内,引望先后在东莞、南京、苏州、上海等地注册成立多家分公司。

业内普遍认为,此次阿维塔入股引望,将有助于长安系阿维塔、深蓝品牌获得华为更多赋能。

事实上,早在2023年8月份,长安汽车旗下深蓝汽车就与华为签订合作框架协议,共同推进新技术在智能电动车领域的研发与应用。一

年后,深蓝汽车与华为深度合作的首款产品深蓝S07正式上市。

最新消息显示,深蓝新车L07也将搭载华为乾崮智能系统,同时,S05则会引入华为提供的DLP(数字光处理)大灯技术。随着合作的深入,深蓝旗下G318等车型也有望融入华为的最新科技成果,进一步提升科技智能化体验。

事实上,从华为智能汽车解决方案BU董事长余承东“隔空”邀请一汽、到华为邀请智选车“四界”合作伙伴共赴,再到如今的阿维塔正式入股,除长安系外,接下来其他车企入股的可能性在不断加强,此前已有多家车企表达有意成为引望的参与者与关联方。

今年7月份,赛力斯发布公告,拟加大对引望的投资。更早些时候,东风汽车集团有限公司副总经理尤峥表示,正联合一汽集团积极推进参股华为智能汽车解决方案业务事宜。

“从功能定位看,引望自成立之初就在强调要成为股权多元化、面向全行业的公共资源平台型企业。”德基先进制造与出行产业合伙人张帆告诉记者,长安汽车不会是引望的唯一参与方,引望初期或由长安汽车和華為先实现产品落地和规模化,之后一定会向其他的整车企业和社会各界开放,致力于成为汽车智能系统及部件解决方案的行业巨擘。

水泥行业上半年业绩承压 产业链公司积极谋变

■本报记者 刘钊

今年上半年,随着市场需求持续下行,水泥行业供需矛盾持续加剧。行业呈现“需求持续下降、价格低位波动、行业持续亏损”的运行特征。根据国家统计局统计,今年上半年全国水泥产量8.5亿吨,同比下降10%。上半年多数时段长三角和珠三角等主流消费市场的价格竞争依然激烈,促使水泥价格底部运行。量缩价低导致行业出现亏损。根据中国水泥协会信息中心测算,今年上半年水泥行业亏损10亿元左右。

从水泥行业上市公司近期披露的上半年业绩数据来看,普遍呈现净利润下滑乃至亏损的状况。

例如,8月19日,西部水泥发布2024年上半年业绩,报告期内公司实现营业收入37.02亿元,同比减少15.8%;归母净利润3.87亿元,同比减少27.3%。2024年上半年的总销

销量约为875万吨,而去年上半年的总销售量为954万吨;2024年上半年的水泥平均售价为每吨344元,而去年上半年则为每吨383元。

山水水泥的业绩表现也难免乐观,根据公司发布的2024年上半年业绩数据,山水水泥上半年实现营业收入65.67亿元,同比下降25.8%;归母净利润为-5.31亿元,去年同期为-2.37亿元。公司产品毛利和销量也均出现下滑。

此外,从11家已发布业绩预告的水泥上市公司来看,业绩下行趋势明显。

连日来,吉林、山东、浙江、陕西、贵州、四川、上海、广东、云南等多地水泥行业协会先后发布倡议,呼吁强化市场自律、杜绝恶性竞争,不盲目多产、超产。在错峰生产的机制下做好执行,强化市场优胜劣汰机制,畅通落后低效产能退出渠道。

“内卷式”竞争,严重威胁着水泥行业的健康发展。”中国水泥

协会秘书长王郁涛表示,“内卷式”恶性竞争的根源是多方面的,主要包括市场供需失衡、行业集中度低、创新能力不足、盲目追求短期利益、信息不对称等原因。

上海钢联百年建筑网水泥首席分析师江元林在接受《证券日报》记者采访时表示,“近期各地水泥企业纷纷响应协会关于加强水泥行业自律、抵制‘内卷式’恶性竞争的倡议。此外,随着水泥市场需求持续回升,对水泥价格上涨也起到了一定的支撑作用,未来行业有望通过供给侧再平衡推动盈利回升。”

目前来看,全国大部分地区雨季已过,水泥行业正走出淡季,多地工地也陆续开工,进一步提振市场需求。从百年建筑网发布的250家水泥企业出货量(反映水泥行业的市场需求和供应情况)数据来看,8月14日至8月20日,全国水泥出货量326.25万吨,环比上升0.23%,已连续三

周提升。

水泥企业也在积极谋变,加快拓展海外市场,“出海”掘金成为新趋势。据水泥大数据研究院统计,截至2023年底,国内水泥企业海外熟料产能已扩张至6465万吨,同比增长35%;截至2024年3月底,中国企业已经在海外21个国家建设了54座水泥厂,显示出中国水泥企业在全球化布局方面的积极进展。

以天山股份为例,面对国内水泥行业发展新态势,公司正加快结构调整、转型升级步伐,加快国际化发展步伐。中材水泥作为天山股份海外投资运营平台,充分发挥其国际化发展经验优势并结合公司多年产业经营经验优势,推动海外发展。公司海外项目通过并购联合重组优先的投资模式,轻重资产相结合的运营模式,上下游产业相结合的发展模式,因地制宜设计投资路径及方案。

王郁涛建议,水泥企业需要转

快手上半年实现营收603.8亿元
AI大模型全面赋能业务生态

■本报记者 袁传玺

8月20日,快手发布2024年上半年业绩报告。公司上半年实现营业收入603.8亿元,同比增长14%;毛利润为332.55亿元,同比增长29.7%;经调整后的净利润为90.7亿元,同比增长231.4%。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林对《证券日报》记者表示,快手上半年主要通过加大电商业务来实现盈利,通过开放货架通道,为自媒体创作者提供变现渠道,为商家引流,多方共赢下,快手自身业绩也获得显著

增长。

从第二季度单季来看,快手营收达309.8亿元,同比增长11.6%;调整后净利润46.8亿元,同比增长73.7%。从收入构成来看,第二季度,快手线上营销服务营收达175亿元,同比增长22.1%,占总营收比例达56.5%,直播业务营收达93亿元,占总营收比例30%。

快手方面表示,公司优化智能营销解决方案,为营销客户提供更深的转化,也带来了营销客户更高的出价,从而推动了营收增长。此外,先进的算法极大地支持了人群兴趣探索和匹配效率优化,

显著提升了具有线上营销潜力的有效用户数。

一位不愿具名的行业分析师对《证券日报》记者表示,快手业绩展现出稳健增长态势。AI技术的迭代升级有效赋能了营销产品,促进了广告营收的快速增长。同时,电商GMV和用户流量也保持稳健增长,进一步巩固了市场地位。

快手已在AI领域展开全面布局。2024年,快手先后发布1750亿参数规模的通用大语言模型“快意”和文生图大模型产品“可图”,以及自研的视频生

成大模型“可灵”,生成的视频分辨率高达1080p,时长最高可达5分钟。

快手商业化外循环和AI商业产品负责人刘道表示,2024年上半年,有近2万商家在快手平台借助大模型能力实现智能化经营。相比今年1月份,6月份的AIGC月活跃用户数增长了8倍,月GMV规模提升了64倍,平台AIGC广告收入规模提升了12倍。

中信证券发布研报称,快手AIGC技术发展迅速,有望赋能平台流量和商业生态,看好公司降本增效战略推进以及平台生态和

商业化增长动力,未来利润率有望持续优化。

“快手在大模型赋能业务生态方面表现卓越。其自研多款大模型产品不仅在技术层面取得突破,更深度融入内容生产、推荐、营销等多个环节,显著提升了平台的内容质量与运营效率。”艾媒咨询CEO张毅对《证券日报》记者表示,通过大模型技术,快手为用户和品牌提供了更加个性化、高效的解决方案,展现了AI技术推动业务生态智能化的巨大潜力。未来,快手有望继续在大模型领域深耕,为行业树立新标杆。