

A股5340家公司上半年研发投入合计约7500亿元 “硬科技”领域表现优异

■本报记者 李雯璐

A股2024年半年度报告披露已收官,据中国上市公司协会(以下简称“中上协”)官方公众号披露,截至9月1日,A股共有5340家上市公司公布2024年上半年研发投入,合计约7500亿元,同比增长1.3%,连续多年保持增长。

前海开源基金首席经济学家杨德龙对《证券日报》记者表示:“上市公司今年上半年的研发费用总额较高,反映出在我国经济转型升级过程中,许多上市公司正通过加大研发投入来实现业务转型,提高产品技术含量,从而提升竞争力。”

中上协表示,从研发强度数据看,2024年上半年,上市公司整体研发强度(研发投入占营业收入比重)为2.15%,同比提高0.06个百分点。创业板、科创板、北交所研发强度分别为5.02%、11.61%、4.87%。

同花顺iFinD统计数据显示,从绝对金额看,2024年上半年研发费用超过100亿元的上市公司有4家,超过10亿元的上市公司有91家,超1亿元的有1105家。

其中,比亚迪以201.77亿元的研发投入排名第一,与上年同期相比大幅增长41.64%,创下历史新高;中国建筑研发投入金额为174.9亿元,排名第二;此外,加上中国移动与中兴通讯,上述4家公司研发投入均超百亿元。

从比亚迪2024年上半年的研发

投入金额来看,相当于上半年平均每日投入超1亿元用于研发。自公司成立以来,比亚迪累计研发投入已经近1500亿元。比亚迪相关人士向《证券日报》记者表示:“公司始终坚持自主创新,用颠覆性技术催生壮大新质生产力,为行业高质量发展注入新动能。”

中兴通讯提前加大了对5G-A、AI等新兴业务的投入,为自身业绩提供新的增长引擎。中兴通讯总裁徐子阳表示,AI将推动全球经济产生深刻变革。中兴通讯已经推出覆盖算力、网络、能力、大模型和应用的全栈全域智算解决方案,为千行百业数智化升级贡献力量。

“从研发投入金额较多的行业来看,主要集中在‘硬科技’领域,例如通讯、电子、计算机、汽车、医药生物等,这背后凸显了行业需求和潜力,对提升国家科技实力和产业竞争意义重大,推动技术突破和产业升级,并带动产业链协同发展。”中国电子商务专家服务中心副主任郭涛对《证券日报》记者表示。

中上协表示,战略性新兴产业、高技术制造业以及计算机、电子、机械装备等行业展现蓬勃创新活力,研发强度达5%以上,943家公司研发强度超10%。

从事人工智能领域研发的云从科技今年上半年研发费用为2.17亿元,同比增长9.37%;今年上半年,云从科技的营业收入为1.2亿元,研发金额远超当期营业收入。

截至9月1日

A股共有5340家上市公司公布2024年上半年研发投入,合计约7500亿元,同比增长1.3%,连续多年保持增长



云从科技相关人士向《证券日报》记者表示:“由于人工智能行业具有技术含量高、研发投入大、研发周期长等特点,云从科技始终鼓励技术具有一定领先性,重视研发工作,稳定持续的研发投入是公司持续保持技术领先性的重要支撑。”

格灵深瞳则是持续布局人工智能业务。公司2024年上半年研发费用为9376.81万元,营业收入为5131万元,研发费用占营业收入的比例

为182.75%。

此外,生物医药行业向来以高研发强度著称,据同花顺iFinD数据统计,2024年上半年研发费用占营收比重高于100%的医药企业共有14家,研发费用占营收比重在20%至100%之间的医药企业共有30家。

致力于开发新一代创新药和生物类似药的百奥泰,在肿瘤、心血管等领域生物制药研发处于领先地位,2024年上半年研发费用为4.02

亿元,营业收入约为4.02亿元,研发费用占营业收入比例为100%。百奥泰相关人士表示,公司将坚持自主研发,同时在全球范围内积极寻找外部合作机会。

中国首席经济学家论坛理事陈雳认为,在发展新质生产力的背景下,未来科技、安全、医药等领域发展机会巨大,因此以科技创新为驱动的产业赛道是最明确、最良好的赛道。

近八成消费电子上市公司上半年盈利抢抓机遇加码布局AI领域

■本报记者 李万晨

今年上半年,随着下游需求回暖以及在AI等新技术驱动下,A股消费电子产业链企业业绩普遍报喜,行业发展整体向好。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅在接受《证券日报》记者采访时表示,全球经济逐步复苏,消费者信心增强,带动了市场需求回升。同时,技术创新与产品迭代加速,特别是AI等新兴技术的应用推广,为消费电子市场注入了新的活力。此外,以旧换新等提振消费政策的实施,以及企业积极调整策略、优化供应链管理,共同促进了行业回暖。

产业链上市公司业绩向好

东方财富Choice金融终端数据显示,目前,A股消费电子板块94家公司的半年报已披露完毕,实现盈利的企业有73家,占比77.66%;有57

家公司实现净利润同比增长。

根据IDC最新预测,2024年全球智能手机出货量将达12.1亿部,较2023年11.6亿部增长4%,预计到2028年,全球智能手机出货量将达到13.0亿部。同时,在经历了连续8个季度的下跌后,以PC为代表的消费电子市场终于回暖,实现了连续两个季度的增长。今年第二季度全球PC出货量达到6490万台,同比增长3%。

“今年上半年,消费电子行业主要运行指标较2023年有明显改善,重点产品产量稳步提升,手机产品引领国内消费电子市场复苏。”中国信息通信研究院两化所智能科技部高级工程师梁林俊表示。

国内方面,据国家统计局数据显示,上半年,我国持续巩固全球最大的消费电子产品生产国地位,手机产量7.52亿台,同比增长9.7%,其中智能手机产量5.63亿台,同比增长11.8%。微型计算机产量1.57亿台,同比增长1%,增速实现由负转正。

“政策‘组合拳’也为消费电子市场回暖注入‘加速剂’。”艾文智略首席投资官曹徽表示。

去年8月份,工信部、财政部印发《电子信息制造业2023—2024年稳增长行动方案》,围绕提振手机、电视等传统电子消费,壮大虚拟现实、试听电子等新增长点作出了全面统筹部署。今年,随着推动大规模设备更新和消费品以旧换新政策的落地,明确支持电脑等电子产品以旧换新。

“多重因素叠加,使得消费电子市场正逐步走出低谷,下游需求持续回暖带动产业链上市公司上半年业绩增长。”曹徽表示。

记者注意到,多家公司均将上半年业绩增长的原因归结为行业需求回暖,业务订单量较上年同期增加,营收增长带动净利润同比增长。上半年行业净利润增速冠军飞荣达表示,公司主要客户业务回暖,出货量持续提升,手机等终端产品的市场份额提升,订单量增加,盈利

能力增强。

AI技术应用推动行业发展

除了下游需求回暖,多家公司还提到了受益于AI新技术为消费电子行业带来的新一轮发展机遇。例如,长盈精密表示,智能手机市场出货量连续三个季度稳健攀升,AI手机销量快速增长,为行业复苏注入了强劲动力;受行业进入上行周期影响,叠加AI浪潮背景下的乐观预期,上半年,蓝思科技智能手机与电脑类产品实现营收240.20亿元,同比增长48.87%。

“随着技术的不断进步和消费者需求的增加,消费电子产品的更新换代速度也在加快,这将为相关上市公司带来更多的市场机会。同时,AI技术的应用也将为消费电子产品带来更多的附加值和竞争优势,从而推动行业的发展。”萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊接受《证券日报》记者采访时表示。

在此背景下,多家产业链上市公司在半年报中表示,积极投入研发,并紧跟行业周期,加码AI领域。

拓邦股份表示,公司目前在AI领域已开展了部分工业视觉检测产品的预研,公司具备无线充电发射、接受相关的技术积累。

鹏鼎控股称,2024年上半年,各品牌加快推出以AI手机及AI PC为代表的AI终端产品,折叠手机市场蓬勃发展,新一轮行业创新周期到来,公司提前做好相关技术布局,针对AI相关产品带来的产能需求,公司正加快推进相关项目扩产。

闻泰科技相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,公司通过多款高性能游戏本产品推动AI技术在游戏娱乐领域的应用。下半年,公司将抓住人工智能带来的行业机遇,围绕“人工智能+”战略,制定清晰的AI Phone、AI PC技术路线图,积极配合客户将人工智能向手机、平板、笔电、IoT、汽车电子等领域普及。

6家上市零售药店上半年营收均实现增长 持续发力O2O业务

■本报记者 丁蓉
见习记者 张美璐

今年上半年,各大药店持续积极扩张,规模优势逐步显现,大参林、一心堂、老百姓、健之佳、益丰药房、漱玉平民等6家上市连锁零售药店营业收入均实现同比增长。

其中,漱玉平民今年上半年实现营业收入48.18亿元,同比增长13.08%,增速最高;其次是大参林,公司上半年实现营业收入133.45亿元,同比增长11.29%。此外,益丰药房、一心堂、健之佳、老百姓上半年分别实现营业收入117.62亿元、93.05亿元、44.85亿元、109.40亿元,同比增长9.86%、7.26%、3.40%、1.19%。

积极扩张门店

《证券日报》记者梳理上述多家上市零售药店的半年报发现,其均将营业收入同比增长归因于新门店扩张、同行业并购和已有门店的内生式增长。

例如,大参林表示,营业收入实

现增长的主要原因是零售业已有门店的内生增长及新开、行业并购而新增门店的业绩贡献。随着公司经营规模扩大、销售收入增长,加快贷款回笼和供应链优化,经营活动现金流量净额大幅上升。

益丰药房2024年半年报显示,公司营业收入增长主要来源于公司门店的内生式增长,同行业并购的外延式增长,以及公司加盟配送的业务扩张。

从半年报数据来看,今年上半年,上市连锁零售药店进一步发力,门店扩张,大参林、益丰药房、老百姓、一心堂等4家上市连锁药店净增门店均超1000家,分别为2077家、1486家、1395家和1036家;此外,截至今年上半年,大参林、老百姓、益丰药房、一心堂的门店总数均突破万家,分别为16151家、14969家、14736家、11291家。

中国矿业大学(北京)管理学院硕士生导师支培元在接受《证券日报》记者采访时表示:“上市连锁药店积极扩张门店,扩大规模,有助于实现成本优化,提升供应链效

率,同时,增加门店数量可显著扩大市场覆盖率,强化品牌影响力,为业绩增长奠定坚实基础。门店扩张虽在短期内可能面临成本增加、利润率承压的挑战,但从长远视角看,则有助于构建企业核心竞争力,促进业绩的持续增长。”

中康CMH数据显示,我国药品市场规模从2020年的1.7万亿元增长至2023年的2.2万亿元,年复合增长率5.58%,增速较快。

门诊统筹正成为多家上市连锁药店的业绩增量。老百姓表示,零售药店纳入门诊统筹医保管理长期利好。首先,已纳入门诊统筹管理的零售药店大多数执行当地定点基层医疗机构相同的医保待遇政策,享受相对较高的报销比例;其次,零售药店的品类全和便利性优势,使门诊统筹药店的来客数上升。

漱玉平民表示,门诊统筹政策的出台,旨在促进医疗资源合理配置,减轻患者就医负担,同时推动零售药店行业的转型升级。大参林半年报显示,公司拥有

DTP专业药房248家,各类统筹报销定点门店2586家,其中门诊统筹定点门店1782家,双通道定点门店602家,“门慢门特”定点门店1165家(部分门店获得多项统筹报销定点资格)。

近年来,我国处方药销售正在向院外倾斜。东吴证券研报称,2022年至2032年,处方外流带来的零售终端扩容规模达3600亿元。

O2O业务受关注

各地医保购药线上化加速推进,O2O(线上到线下)业务成为各大上市零售药店的业绩亮点,也是公司在激烈的行业竞争中取胜的关键点。因此,多家零售药店一方面积极搭建自有线上渠道,另一方面依托美团、京东等互联网平台,积极发展新零售业务。

中康CMH数据显示,截至2024年6月份,O2O直送店药品市场规模近48.4亿元,销售规模同比增长21%,O2O直送店占线下零售药店渠道的重要性同比增长,占比提升

至15.6%。

各大上市零售药店的新零售(O2O和B2C)业务也迎来快速增长。今年上半年,一心堂新零售销售额6.4亿元,同比增长69.31%,其中O2O渠道占比约77.5%;漱玉平民新零售销售额6.76亿元,同比增长近17%;大参林新零售销售额同比增长46.54%;老百姓线上渠道销售收入约10.6亿元,同比增长9%;益丰药房互联网业务实现销售收入10.96亿元,同比增长20.18%,其中O2O实现销售收入8.78亿元,同比增长26.33%;健之佳线上业务实现营业收入11.66亿元,同比增长10.27%。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅向《证券日报》记者表示:“O2O模式打破了地域限制,拓宽了销售渠道,使药店能够触达更广泛的消费群体,这种模式将深刻改变连锁零售药店的格局。在这种模式下,零售药店需注重数字化建设,利用大数据、人工智能等技术分析消费者需求,实现精准营销。同时,加强线上线下融合,并持续优化供应链,提高运营效率。”

21家白酒企业上半年合计营收超2477亿元 行业分化进一步加剧

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

目前,A股与H股市场中的21家白酒上市公司均已披露上半年财报。东方财富Choice数据显示,上述公司合计实现营收2477.27亿元,同比增长13.14%;合计实现归属于上市公司股东的净利润964.34亿元,同比增长13.07%;经营活动产生的现金流量净额为734.45亿元,同比增长25.47%。

虽然酒企上半年的营收和净利润总额均实现同比增长,但从个体公司来看,行业分化进一步加剧,头部酒企及名酒企在应对行业调整时表现出较强的应变能力,缺乏品牌力的酒企则逐渐掉队。

分化趋势明显

具体来看,今年上半年,21家白酒公司中,有6家营收同比下降。营收不足10亿元的公司数量从去年同期的4家变成5家,分别是皇台酒业、岩石股份、金种子酒、天佑德酒和酒鬼酒。其中,岩石股份营收从去年的15.41亿元,降至9.94亿元。营收超200亿元的酒企增至4家,由“茅五洋”变成了“茅五洋汾”。

上半年,营收排名第一的依然是贵州茅台,其营收同比增长17.56%,达834.51亿元。其后是五粮液、洋河股份、山西汾酒、泸州老窖、古井贡酒,营收分别为506.48亿元、228.76亿元、227.46亿元、169.05亿元、138.06亿元,同比增长11.30%、4.58%、19.65%、15.84%、22.07%。

值得注意的是,部分区域名酒企上半年的表现可圈可点。其中,今世缘、迎驾贡酒和珍酒李渡的营收分别同比增长22.35%、20.44%和17.50%。

上半年,贵州茅台和五粮液的营收合计为1340.99亿元,在酒企总营收中的占比达54.13%。两家公司的净利润合计为607.52亿元,占比达63.00%,两大白酒龙头的行业地位得到进一步强化。

“从半年报来看,行业存量挤压趋势愈发明显,此消彼长的替代式增长成为主流,酒业整体分化趋势不断加深。”白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞对《证券日报》记者表示,茅台、五粮液、汾酒、今世缘等全国性头部酒企和区域强势酒企依然保持了业绩与利润的高速增长,而顺鑫农业、皇台酒业等以中低端产品为主的区域酒企则面临着市场与利润萎缩的困境。

在21家上市白酒企业中,上半年有2家公司亏损,净利润不足1亿元的公司有3家。从净利润变化来看,有6家公司净利润同比下滑,其中,岩石股份和皇台酒业的净利润下滑幅度分别为244.59%、230.75%。

对此,有券商分析师对《证券日报》记者表示,白酒行业集中度不断提升,行业马太效应突出,头部品牌对于非名酒与区域品牌的市场“虹吸效应”明显,行业优质资源朝着产区名酒与头部名酒不断聚集。

去库存仍是关键

高库存和价格倒挂是近两年白酒行业的关键词。在白酒企业交出上半年成绩单的同时,存货金额也受到关注。东方财富Choice数据显示,21家白酒上市公司上半年合计存货(存货明细包括原材料、在产品、产成品、库存商品、包装物等16项)金额同比增长10.29%,达1574.70亿元。

其中,存货金额超过百亿元的酒企有5家,分别是贵州茅台、洋河股份、五粮液、泸州老窖、山西汾酒,存货金额分别为477.68亿元、180.22亿元、169.00亿元、123.54亿元和116.06亿元,另有8家酒企存货在30亿元至80亿元之间。

千里智库首席、酒水行业研究者欧阳千里对《证券日报》记者表示:“当前,渠道库存高企,酒企为了缓和渠道的压力,有意识地放缓对市场的放货速度,从而导致存货上升。”

在蔡学飞看来,虽然半年报数据显示出行业极强的发展韧性,但也要看到,库存较高、动销降低、价格倒挂的问题依然存在,行业也呈现出品牌、区域间发展的不平衡。

业内人士对记者表示,名酒由于具有很强的社交属性,因此在商务、宴席、礼品等市场具有刚性。因此,高库存没有太大的风险,并且情况也会随着下半年市场的回暖,企业自身积极的控量行为而慢慢改善,逐渐恢复正常态势,但是那些缺乏品牌支撑的酒企库存则会长期存在。

在欧阳千里看来,酒企应有的放矢地为市场动销做赋能,以免发生库存“堰塞湖”情况;同时,酒企在核心市场应严格管控价格,需要有意地管控市场的货物库存,必要时拿出真金白银的补贴甚至收货,以维持市场的良性发展。

从合同负债数据来看,多数酒企正通过降低合同负债为渠道减压,采取控量保价策略,恢复渠道活力,并提振市场信心。同时,积极研发新品,拓展电商等新渠道,在细分市场与渠道寻找新增量。

华泰证券研报显示,白酒板块的作为优质资产,长期盈利能力保持稳定,商业模式仍佳,估值水平恢复可期。短期看,当前白酒行业进入备战销售旺季的过渡期,可关注各家针对中秋、国庆销售旺季的备战策略,以及关注去库存提批价情况。整体而言,2024年板块增长重点仍在于消费信心恢复与经济复苏情况,长期注重消费力复苏与商务场景恢复。

“随着名酒企持续深化渠道下沉与市场精耕,聚焦于中低端产品市场的区域酒企面临着市场边缘化风险。中国酒业步入了新一轮的竞争格局重塑期,行业性的调整与转型预计将持续数年之久,而产业则需更多时间来进行恢复、优化与升级。”蔡学飞如是称。