

## 比亚迪：以规模化、高端化、国际化驱动业绩增长

■本报记者 李昱丞

近日,新能源汽车行业龙头企业比亚迪发布销售简报,9月份销售新能源汽车41.94万辆,月销首度突破40万辆,今年前三季度累计销售新能源汽车274.79万辆,同比增长32.13%。

2024年上半年,比亚迪交出一份出色的业绩答卷。公司上半年实现归母净利润136.31亿元,同比增长24.44%,这一成绩在A股及港股15家上市汽车企业中排名第一位。观察比亚迪的成绩单可以发现,其成长呈现出“规模化、高端化、国际化”三大关键特征:通过规模化压低成本,通过高端化突破利润上限,通过国际化打开成长空间。

规模化：  
新能源市场占有率领先

中汽协数据显示,2024年上半年,中国新能源汽车产销累计完成492.9万辆和494.4万辆,分别同比增长30.1%和32%。而上半年,比亚迪新能源汽车销量达到161.30万辆,蝉联国内汽车销量冠军,排名全球新能源汽车销量榜首,销量同比增长达28.46%。

乘联会数据显示,今年上半年,比亚迪新能源乘用车批发销量的市场份额达34.8%,相当于全国卖出的新能源汽车中有三分之一是比亚迪,这一市场占有率领先第二名特斯拉中国25.6个百分点,领先第三名吉利汽车27.9个百分点。

从财报数据来看,比亚迪今年上半年实现营收3011.27亿元,同比增长15.76%,在国内上市车企中排名第一。其中,公司汽车业务的收入约为2283.17亿元,同比增长9.33%。

有业内专家对《证券日报》记者表示,比亚迪年销量达到百万辆级别后,在规模效应的作用下,能够降低单车成本,从而释放利润。

比亚迪2024年上半年汽车业务营业成本达1736.67亿元,按照161.30万辆粗略计算,单车成本为

10.77万元,较2023年同期下降18.35%;汽车业务毛利率达到23.94%,较2023年同期增长3.27个百分点。

费率方面,比亚迪也在规模效应的带动下实现了优化。今年第二季度,比亚迪销售费用、管理费用占营收之比分别为4.26%、2.23%,分别同比减少0.16个百分点、0.24个百分点,环比减少1.19个百分点、0.79个百分点。

“公司新能源汽车销量增加带来的收入增长,连同规模效应、垂直一体化以及集成创新带来的品质及成本优势,共同促进了公司净利润持续提升。”比亚迪相关人士对《证券日报》记者表示。

高端化：  
加码研发打造高端品牌

如果说在成本端比亚迪是依靠“车海战术”实现优化,那么在价值端,公司则通过发力溢价更高、利润更丰厚的高端品牌和“出海”销售,以求重点突破。

在品牌方面,比亚迪除了基本盘比亚迪品牌(含王朝网络、海洋网络)以外,近年来相继升级或推出高端品牌,包括百万级高端新能源汽车品牌仰望、新能源豪华品牌腾势、专业个性化品牌方程豹等。

从销售成绩看,高端化产品已经初见成效。腾势品牌在2022年推出腾势D9之后,销量不断攀升。截至目前,腾势D9累计销售突破20万辆,是最快达成这一销量成就的新能源豪华MPV。

比亚迪方面对《证券日报》记者表示:“品牌高端化有利于品牌打造和公司可持续发展。”

打造高端品牌的底气来自于对技术的执着追求。仰望品牌搭载比亚迪自主研发的“易四方”技术平台,以四电机独立驱动为核心,通过感知、控制和决策三大环节的技术创新,实现四电机独立控制、极限防滑控制、车身稳定性控制;腾势汽车综合了比亚迪易三方、云辇以及“天神之眼”等全栈自研的智能融合技术,组成了腾势专属智电融合架构。



崔建岐/制图

## 2024年上半年

比亚迪实现归母净利润136.31亿元,同比增长24.44%,这一成绩在A股及港股15家上市汽车企业中排名第一位

“创新就是要走别人没有走过的路,哪怕只有1%的可能,我们也要做100%的努力去尝试、去探索。”比亚迪董事长王传福曾言。

为此,比亚迪不断在研发上进行大手笔投入。中报显示,2024年上半年比亚迪研发投入达201.77亿元,在A股上市公司中排名第一,较去年同期增长41.64%,相当于上半年日均投入超1亿元用于研发。

“从2001年筹备造车以来,比亚迪累计研发投入接近1400亿元,几乎每年的研发投入都利润高,花钱毫不手软。”王传福此前公开表示,现在比亚迪拥有超过十多万名工程师,全球车企第一,工程师是比亚迪最宝贵的财富。

国际化：  
产品与产能踏浪“出海”

新能源车“出海”正当时。长江证券汽车首席高伊楠对《证券日报》记者表示,海外汽车市场潜力巨大,以欧洲为代表的成熟

市场新能源汽车需求旺盛。中国车企在电动化、智能化技术及产品力方面先优势明显,在商业模式创新等新零售转型运营能力上亦属领军。

比亚迪属于“出海”车企中的领先企业。今年上半年,比亚迪海外销售新能源乘用车合计20.34万辆,同比增长173.80%,占公司上半年新能源乘用车销量之比达到12.61%。

截至目前,比亚迪新能源汽车已遍及全球88个国家和地区,400多个城市。在部分国家的新能源汽车市场,比亚迪已经取得领先优势。例如,自进入泰国市场以来,比亚迪的新能源汽车迅速赢得了泰国消费者的青睐。据公开报道,2023年在泰国售出的约7.6万辆纯电动车中,比亚迪汽车占比为四成,位居第一。

比亚迪正通过各种方式扩大在海外的知名度与影响力,加速渗透。近期,比亚迪宣布与国际移动出行及配送科技公司优步(Uber)达成一项为期多年的战略

合作伙伴关系,计划在全球关键市场投放10万辆全新比亚迪电动汽车,以进一步扩大优势平台上的电动车阵容。

除了产品“出海”,比亚迪还在海外布局工厂,推动产能“出海”。今年6月27日,比亚迪乌兹别克斯坦工厂首批量产新能源汽车正式下线。7月4日,比亚迪在泰国罗勇府举行了泰国工厂竣工仪式,标志着比亚迪开启全球化新篇章。

“通过在海外建立工厂,公司不仅能够更贴近当地市场,满足不同地区消费者的需求,还能有效降低生产成本、提高效率,并通过本地化生产带动当地经济发展,创造就业机会。”比亚迪方面在接受《证券日报》记者采访时表示,未来比亚迪将持续拓展海外市场,通过刀片电池、e平台、DM-i超级混动、CTB、易四方等技术打造优质产品,推动更多品牌和车型进入海外市场,加快新能源汽车的全球普及,积极拥抱全球化机遇。

顺丰控股计划大手笔分红  
合计拟派发现金67.2亿元

■本报记者 王镜茹

10月11日,顺丰控股发布回报股东特别分红方案和2024年中期分红方案,合计拟派发现金67.2亿元。

根据特别分红方案,顺丰控股拟在H股发行上市前对全体股东(即A股股东)实施一次性的特别现金分红,以实际行动践行以投资者为本的理念,与股东共享公司经营发展成果,拟实施特别分红总额约为48亿元。

此外,顺丰控股还提出2024年中期分红方案,每10股派发现金股利4元(含税),预计中期分红总额约为19.2亿元,约占顺丰控股2024年上半年归母净利润的40%。

顺丰控股董事会制定的《未来五年(2024年—2028年)股东回报规划》显示,公司2024年度至2028年度的现金分红比例,将在2023年度35%的基础上稳步提高,并可根据实际经营情况进行中期分红。

中国银行研究院研究员叶银丹对《证券日报》记者表示:“此次顺丰控股发布特别分红方案,既是落实国家政策,增强分红持续性和可预期性,也彰显了其对于公司长期发展的信心,以及高度重视股东和投资者回报。”

高额分红背后是良好的企业业绩。半年报显示,2024年上半年,顺丰控股实现营业收入1344.10亿元,同比增长8.08%;归属于上市公司股东的净利润48.07亿元,同比增长15.10%。

同时,顺丰控股的资本开支在2021年后逐年下降。2024年上半年资产类支出55亿元,同比下降7.8%;资产类支出占收入比为4.1%,较上年同期下降0.7个百分点。

除现金分红外,顺丰控股还以回购的方式提升市场信心。10月9日晚间,顺丰控股发布的回购进展公告显示,继2024年4月26日完成2024年内第1期10亿元的回购方案后,公司第二期5亿元至10亿元的回购方案已经在执行中,自5月份至今已回购7.58亿元,今年累计回购金额17.58亿元。

中物汇成物流研究院高级研究员袁帅对《证券日报》记者表示:“除顺丰控股外,近期多家快递企业回购股份,企业发展信心较强,且行业投融资活跃,如顺丰向港交所递交招股说明书,菜鸟增资收购国际货代公司速四方获批等。”

顺丰控股在半年报中表示,未来将持续聚焦于增强长期核心竞争力的资源投入,打造国内国际高效领先的物流网络,并不断推进业务融通以提升资源使用效益,将资本开支占收入比继续维持在健康水平以内。

杰克股份推进爆品战略  
前三季度净利润预增逾45%

■本报记者 郭霖霞

10月11日,杰克股份披露2024年三季度业绩预告,预计前三季度实现归属于上市公司股东的净利润6亿元至6.3亿元,同比增长45.49%至52.77%。

谈及业绩增长的原因,杰克股份表示,今年前三季度,公司紧抓行业复苏机遇,在聚焦核心品类、打造爆品、实现价值营销的经营指引下,通过快反王及过梗王等爆品发布会及挑战赛拉动产品结构升级,带动公司整体业绩的增长。

浙江大学管理学院特聘教授刘向劲对《证券日报》表示,杰克股份的爆品战略是其业绩增长的关键,这一战略不仅提升了公司的市场份额,还增强了品牌影响力,为公司的可持续发展打下了坚实的基础。在竞争激烈的缝制机械行业,杰克股份通过精准的市场定位和持续的产品创新,打造出一系列具有竞争力的爆品,满足了市场的多元化需求。

杰克股份近年来持续聚焦核心品类,打造了一系列爆品。2023年发布的平缝爆品快反王,截至2024年6月16日销量已超过50万台,销往170多个国家。2024年发布的新品过梗王,在发布仅5个小时后订单就超过了4.8亿元。

杰克股份相关人士向《证券日报》记者介绍,公司成功打造爆品的经验主要有两点。一是深入洞察客户需求,密切关注市场机遇和行业趋势,从用户的角度出发进行产品开发;二是聚焦战略和爆品战略,通过精简SKU和持续的研发投入,引进高端人力资源,持续打造爆品。

具体来看,杰克股份的爆品战略围绕多个核心要素展开。在产品研发方面,杰克股份通过旗下14个研发中心的协同合作,不断推进前沿技术的研究和布局,加快核心技术的专项攻关。尤其是今年,公司全面复盘优化爆品相关IPD(集成产品开发)流程,形成爆品打造体系,提高爆品开发效率。

在市场推广方面,杰克股份坚持深耕营销,实施分层分级管理以优化渠道,保持渠道活力,并通过全球爆品发布会和挑战赛,加速产品结构升级,增强客户互动。

除持续推进爆品战略外,杰克股份近年来还通过加大研发投入和外延并购完善了缝前、缝中、缝后的全面布局。公司目前已成为集面料辅料仓储、数字生产、智能验布、智能裁剪、吊挂缝制、后道分拣、成品仓储及APS(高级计划与排程)、MES(生产执行系统)、WMS(仓储管理系统)、PDM(产品数据管理)等软硬件为一体的服装智能制造成套解决方案服务商。

杰克股份相关人士表示,目前公司智能成套解决方案已在多家客户中实现突破,未来有望成为公司在大型客户中的核心竞争优势,提升公司在高端市场的盈利能力和占有率,同时通过提升中大型客户的市占率,倒逼公司进一步提升单品竞争力,增强中小客户的市场占有率。

## 聚灿光电前三季度净利润同比增长107.02%

■本报记者 陈红

10月11日,聚灿光电发布三季报,今年1月份至9月份,公司实现营业收入20.22亿元,同比增长10.61%;归属于上市公司股东的净利润1.6亿元,同比增长107.02%。

对于业绩的稳定增长,聚灿光电工作人员对《证券日报》记者表示:“报告期内,市场终端需求持续回暖,公司产能释放,以高光效照明、车用照明、背光等为代表的高端产品产销两旺。”

据了解,聚灿光电主要产品为GaN基高亮度LED外延片、芯片,其产品结构位于LED产业链上游,技术门槛和附加值均较高。公司凭借旗下聚灿宿迁生产基地持续投资建设, GaN基高亮度蓝光LED芯片平均

月产能近200万片,已成为国内领先的LED芯片企业之一。

今年以来,得益于家庭装修、商业活动、文化旅游、大型商演和体育赛事等需求恢复,加速了LED行业结构调整周期,LED市场持续回暖。TrendForce的LED产业报告显示,2024年全球LED市场产值预估可达130亿美元,增幅达3%。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪对《证券日报》记者表示:“政策支持、技术进步、环保节能意识提高等因素,都将支撑LED行业未来景气持续。”

据聚灿光电方面介绍,目前,Mini LED在新能源汽车市场中受到青睐,已实现车载市场落地;在新型的VR头显等市场中,随着各种交互、智能化技术的发展,Mini LED背光崭露头角。

在此背景下,聚灿光电加码布局相关产品。产能方面,随着小间

距显示、全彩屏及RGB白光等市场快速崛起,红黄光与蓝绿光LED芯片产品在生产中的配合与协同愈发重要,公司新增了“年产240万片红黄光外延片、芯片项目”,适时调整了“Mini/Micro LED芯片研发及制造扩建项目”的实施进度。

上述工作人员表示:“目前,上述项目稳步推进中。截至今年9月底,上述项目已投入募集资金2.76亿元。”

聚灿光电表示,随着“年产240万片红黄光外延片、芯片项目”的实施,叠加“Mini/Micro LED芯片研发及制造扩建项目”的推进,Mini LED、植物照明、背光、显示等高端高价产品陆续推出,公司产品类别将进一步丰富。另外,随着研发投入加大,结构再突破、性能再提升、

产品再升级,公司发展动力将进一步增强。

东兴证券分析师刘航在研报中认为,未来几年Mini LED市场有望迎来放量,在不同细分市场上,LED技术在生活中、农业、安全等领域加速渗透,多元化发展,行业有望开启高质量发展新篇章。

盘古智库高级研究员江瀚认为:“高端化趋势为LED行业带来了更多的发展机遇,如智能家居、智慧城市、汽车照明等中高端应用领域快速发展,为LED产品提供了更广阔的市场空间。但行业也面临着技术更新换代快、市场需求变化大、原材料价格波动等风险。因此,企业需要在技术研发、市场拓展以及风险管理等方面不断努力。”

赛力斯预计前三季度扭亏为盈  
拟出资81.64亿元收购“超级工厂”

■本报记者 冯雨瑶

10月10日晚间,赛力斯披露三季度业绩预告。公司预计前三季度实现营业收入1030亿元到1100亿元,同比增长518%到559%,实现净利润35亿元到41亿元,扭亏为盈。

赛力斯称,2024年前三季度公司营业收入及销量增长,超额完成了倍增计划;公司产品结构调整,高价值产品的销售规模增长;同时,经营管理精细化提升全链条效率,毛利率同比增加,盈利能力向好。

今年前9个月,赛力斯新能源汽车累计销量已达316713辆,同比增长364.23%。赛力斯与华为联合打造的问界品牌系列仍在持续发力,9月30日,问界M9上市9个月月迎来第10万辆下线。9月份,问界

M9系列共交付15496辆,6个月蝉联中国豪华市场50万元以上车型销量冠军;问界新M7系列9月份交付16805辆,上市12个月累计交付新车20万辆。

今年9月10日,全景智慧旗舰SUV问界M9大五座正式上市,赛力斯又一新品加入问界系列阵营。

“公司预计前三季度营收大幅增长和扭亏为盈,显示出强劲发展势头。”深度科技研究院院长张孝荣在接受《证券日报》记者采访时表示:“在新能源汽车市场竞争中,赛力斯展示了技术创新、市场布局等优势,产品竞争力和认可度高,有望随着新能源汽车市场进一步扩大进一步拓展市场份额,获得更大发展空间。”

值得一提的是,赛力斯仍在不断提升智能电动汽车的核心竞争

力。公司此前表示,拟以交易价115亿元收购华为旗下引望公司10.00%股权,双方将战略合作升级为“业务合作+股权投资”,形成进一步深度捆绑。

“赛力斯在华为的加持下,问界系列产品变成了‘畅销车’,并逐步成为新能源领域的头部品牌,销量提升带来的规模效益促使公司实现盈利。”国际智能运载科技协会秘书长张翔对《证券日报》记者表示,在多数造车新势力仍处于亏损的情况下,赛力斯如今开始盈利,反映出公司经营状态较好。

此外,赛力斯同日宣布,拟通过发行股份的方式购买重庆产业母基金、两江投资集团、两江产业集团持有的龙盛新能源100%股权,交易价为81.64亿元。

龙盛新能源是两江新区龙兴新城智能网联新能源汽车产业园基础设施配套项目的实施主体,其主要资产为生产新能源汽车所需的土地、房产、基础设施及相关配套设施,该等资产打造了“超级工厂”。“超级工厂”即赛力斯通过向龙盛新能源租赁,进而用于生产问界系列智能电动汽车产品的工厂。该工厂拥有先进的智能终端,可实现超3000台机器人智能协同,实现关键工序100%自动化。

本次交易完成后,龙盛新能源将成为赛力斯的全资子公司,公司将获得“超级工厂”的所有权,保障公司产品生产端安全稳定、自主可控,提高公司重要业务的资产完整性和控制力。

赛力斯表示,本次收购有利于

上市公司保持先进生产力推动高质量发展,保证生产端资产完整,促进整体经营战略实施,为业绩增长奠定核心基础。

“收购龙盛新能源意味着赛力斯将拥有‘超级工厂’的所有权,提高产业协同效应,实现从研发、生产到销售的全产业链掌控。”张孝荣称,公司向上海延伸产业链,可以减少经营性现金流出,增强公司的持续盈利能力,这对赛力斯未来发展具有重要意义。

在张翔看来,之前通过租赁“超级工厂”的方式,一方面要租给租赁方租金,另一方面设备的改进等都要与租赁方协商,无形中给赛力斯的业务带来了不便。“在公司处于高速发展期的情况下,赛力斯将‘超级工厂’所有权收回,很有必要。”