

# 分红意愿提升 多家上市公司拟三季度分红

■本报记者 桂小箫

越来越多上市公司,正在将回报投资者落到实处。

随着三季报陆续披露,多家上市公司宣布推出三季度利润分配预案。据《证券日报》记者统计,截至10月24日,已有32家上市公司发布了关于三季度利润分配预案的公告。在这些公告中,对于提出利润分配的原因,实施公司此前的股东回报计划、回报投资者等关键词被频繁提及。

有上市公司相关人员在和《证券日报》记者交流时表示:“在三季度进行分红,按照分红的推进速度,投资者可以在春节前收到这笔现金分红,给投资者发放‘过年红包’符合监管部门关于‘提高投资者获得感’的要求。”

具体来看,在推出前三季度利润分配预案的上市公司中,现金分红是主流。

例如,温氏股份表示,公司以实施利润分配预案的股权登记日的总股本剔除回购专户股份后的股份总数为分配基数,向全体股东每10股派发现金1.5元(含税)。大北农则计划向全体股东每10股派发现金红利0.58元(含税)。歌尔股份表示,拟向全体股东实施每10股派发现金红利1.00元(含税)。

安爵资产董事长刘岩告诉《证券日报》记者,此前上市公司更倾向于在年报发布时提出利润分配方案,但随着监管层的持续引导和鼓励,越来越多的上市公司开始重视分红频次,选择在中报或季报发布的同时推出利润分配预案,这是一个积极信号。

“现在越来越多上市公司选择在季度财报中进行分红,有两方面原因,一是,监管机构一直在推动上市公司提高分红水平和增加分红频次;二是,分红能够更好地回报投资者,增强投资者的信心。”私募排排网研究员卜益力对《证券日报》记者说,两大原因的共同作用之下,可以看到当前上市公司分红意愿增强,加强分红也是市场成熟度提高的体现。

由于第三季度财报未经充分审计,在筹划利润分配方案时要注意一些事项,刘岩称:“例如,要确保盈利与合规性,要保证公司现金流状况良好,不能因分红而影响正常运营,并确保符合相关的法律法规以及公司章程的规定。”

记者梳理公告发现,在阐述了利润分配原因是“综合考虑了公司发展战略和经营需要,结合公司发展阶段,制定与公司实际

# 稳步推进国际化战略 恒瑞医药前三季度营收净利双增长

■本报记者 陈红

10月24日晚间,恒瑞医药发布三季报,今年前三季度,公司实现营业收入201.89亿元,同比增长18.67%;归属于上市公司股东的净利润46.2亿元,同比增长32.98%。

恒瑞医药持续深入践行科技创新和国际化发展战略,大幅度加码创新研发。报告显示,今年前三季度,公司研发费用达45.49亿元,同比大增22%。

在持续较高的研发投入支撑下,公司研发创新成果不断兑现。恒瑞医药工作人员对《证券日报》记者表示:“今年第三季度,公司自主

研发的1类新药夫那奇单抗注射液上市,用于治疗适合接受系统治疗或放疗的中重度斑块状银屑病病人患者,该产品是恒瑞在自身免疫疾病领域上市的首个创新药。”

目前,恒瑞医药已有15款自研创新药、2款合作引进创新药在国内获批上市,创新成果稳居行业领先地位。创新药研发已基本形成了上市一批、临床一批、开发一批的良性循环,构筑起强大的自主研发能力。

在研管线储备充足,目前恒瑞医药有90多个自主创新产品正在临床开发,300余项临床试验在国内外开展。

报告期内,恒瑞医药共有22个药

物获得临床试验批件。上述工作人员称,今年第三季度,公司自主研发的血管生成素样蛋白3(ANGPTL3)单克隆抗体SHR-1918注射液用于治疗纯子家族性高胆固醇血症被国家药品监督管理局药品审评中心纳入突破性治疗品种;另外,HR1904胶囊自身免疫性肝炎适应症于今年10月份被纳入突破性治疗品种,未来审批有望加速。

此外,恒瑞医药海外产品上市国际化战略。今年5月份,公司将具有自主知识产权的GLP-1类创新药HRS-7535、HRS9531、HRS-4729许可给一家美国公司,首付款加里程碑付款累计可高达60亿美元。

作为对外许可交易对价一部分,公司还将取得合作伙伴公司19.9%的股权。至今,公司已实现11项创新海外授权合作。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪认为:“本次交易有助于降低国际市场推广成本,快速扩大公司产品的全球覆盖范围,对于加速药品商业化进程和提升品牌国际知名度具有重要意义。”

此外,恒瑞医药海外产品上市国际化战略。今年下半年以来公司布比卡因脂质体注射液、注射用紫杉醇(白蛋白结合型)获准在美国上市,前者是该品种全球范围内获批上市的首仿药,有较高的技术壁

垒,后者为美国FDA批准上市的该品种首仿药。

目前,恒瑞医药已在欧美日获得包括注射剂、口服制剂和吸入性麻醉剂在内的20余个注册批件,产品进入超40个国家。恒瑞医药方面表示:“公司将通过自研、合作、许可引进等多种模式,拓展海外研发边界,丰富创新产品线。”

谈及刚发布的特斯拉Robotaxi车型,马斯克表示,Cybercab将于2026年实现大规模生产,目标是每年至少生产200万辆。他预计,明年加利福尼亚州和得克萨斯州将向公众提供共享出行服务。此外,马斯克还强调,特斯拉的Optimus擎小柱机器人将小批量生产并在内部尝试使用,机器人业务将是特斯拉未来业务的支柱,预计明年开始为有限客户限量生产。

# 特斯拉第三季度毛利率升至19.8%

明年上半年将推出更“实惠”的车型

■本报记者 龚梦泽

10月24日,特斯拉公布了2024年第三季度财报,报告期内,特斯拉营收为251.82亿美元,同比增长8%;归属于普通股股东的净利润为21.67亿美元,同比增长17%;毛利率增至19.8%,同比增加约2个百分点。

对于第三季度营收增长的原因,特斯拉方面称,部分归因于能源生产和存储业务的增长、单车销售成本下降及销售碳排放积分的收入增加。其中,单车销售成本(COGS)降至有史以来最低水平,约为3.51万美元。

在财报电话会议上,特斯拉

CEO埃隆·马斯克表示:“尽管宏观经济形势持续严峻,但由于成本较低的汽车和自动驾驶的到来,特斯拉明年的汽车销量有望增长20%至30%。”

报告显示,特斯拉在第三季度的运营现金流为63亿美元,自由现金流为27亿美元,显示了公司良好的流动性。此外,公司的现金和投資在第三季度增加了29亿美元,达到了336亿美元的历史新高。

按照业务划分来看,今年第三季度,特斯拉核心汽车业务总营收为200.16亿美元,汽车销售业务的营收为188.31亿美元,汽车租赁业务的营收为11.85亿美元,其他业务方面,能源生产及存储业务营收为23.76亿美元,同比增长52%,第三季度装机量达6.9吉瓦时;包括车辆维修在内的服务和其他业务营收为27.90亿美元,同比增长29%。

生产交付方面,特斯拉在第三季度表现出色。该季度共生产了46.9万辆汽车,其中,包括44.3万辆Model 3和Model Y,以及2.6万辆其他车型。交付量为46.2万辆,其中,Model 3和Model Y占据了44万辆。乘联会数据显示,今年9月份,特斯拉上海超级工厂的交付量超过了8.8万辆,同比增长约20%。

聚焦中国市场,为进一步提升销量,自今年年初以来,特斯拉中

国已推出多轮“促销”。其中,今年7月份推出的Model 3和Model Y部分车型限时“5年0息”购车政策,已将对截止日期延长至10月31日。

在财报电话会议上,马斯克还对一系列投资者提问进行了回应,涉及新车型、FSD等多领域。

他表示,上海超级工厂按计划于2025年第一季度开始交付Megapack,并确认2025年上半年将推出更“实惠”的车型。马斯克称,加上激励措施,新车价格将低于3万美元,这是一个关键门槛。特斯拉官方网站显示,目前特斯拉售价最低的车型为Model 3后轮驱动版,在中国市场的售价为23.19万元。

对于备受瞩目的FSD相关进

展,马斯克透露,FSD V13预计很快推出,V13每次干预的里程数将提高5倍至6倍。截至第三季度,FSD累计行驶里程超过20亿英里,其中,超过50%是在FSD V12版本上实现的。

谈及刚发布的特斯拉Robotaxi车型,马斯克表示,Cybercab将于2026年实现大规模生产,目标是每年至少生产200万辆。他预计,明年加利福尼亚州和得克萨斯州将向公众提供共享出行服务。此外,马斯克还强调,特斯拉的Optimus擎小柱机器人将小批量生产并在内部尝试使用,机器人业务将是特斯拉未来业务的支柱,预计明年开始为有限客户限量生产。

值值得关注的是,基于自身“油、煤、化”深度融合的“大化工”平台产业链一体化优势,恒力石化也在加快打造高端精细化工产业和新材料产业集群,加速布局高技术壁垒、高附加值的增量需求产品,积极推进包括锂电池隔膜、电解液、PET铜箔基膜、光伏背板基膜在内的新能源、新材料产品布局。而随着一系列重大项目的陆续投产,恒力石化的新材料产能也在快速提升。

# 主动求变调整开店策略

# 绝味食品前三季度净利同比增长12.53%

■本报记者 何文英

从跑马圈地式扩张开店到主动收缩战线减少门店,绝味龙头企业战略打法正发生根本性转变。10月24日晚间,绝味食品发布了2024年三季报。前三季度,公司实现营业收入50.15亿元,同比下降10.95%;实现归母净利润4.38亿元,同比增长12.53%。

绝味食品董秘高源对《证券日报》记者表示:“为适应宏观形势的变化和卤味市场新格局,公司主动调整门店和加盟商结构,推动品牌升级和数字化转型。未来公司将提升单店和保障加盟商的生存质量作为经营要务,以门店精耕和

数字化赋能全面提升经营质量。”

根据Frost&Sullivan和红餐产业研究院的数据,2018年至2023年卤制品平均复合增长率为6.42%,行业增速明显放缓。2024年以来,虽然原材料价格同比有所下降,但行业整体面临严峻的经营压力,出清明显,龙头企业也经受生存考验。

为应对行业发展趋势,绝味食品主动求变,开店策略从追求规模向追求效益转变。“公司开店策略的及时调整,有效保障了加盟商的生存质量和盈利水平,报告期内加盟店门店数量较去年同期有所减少,但公司根据不同市场的实际情况调整单店模型,提升单店营收,目前大多数加盟店处于盈利状

态。”高源说。

此外,随着绝味食品供应链物流体系的日益完善,该业务板块也成为主营业务收入的一大贡献来源。根据三季度经营数据,公司供应链物流实现营收3.7亿元,占主营收入比重提升至7.55%,是除卤制品销售业务之外的第二大收入组成部分。

据了解,公司在全国建立了22个生产基地(含3家在建),并以此为中心,300公里至500公里为半径构建了“紧密销售网点、快捷生产供应、最大程度保障”的供应链体系。

围绕单店精耕细作的战略打法,绝味食品还进一步以数字化赋能以及品牌升级等组合拳,持续提升

单店运营质量。

今年8月份,绝味食品在长沙总部302家门店率先试点“碰一下”支付体验,并上线数字化会员服务。据了解,此次试点在半个月内部助力公司拉新效率提升3.5倍,会员消费占比提升7.3倍、会员支付销售增长4.7倍、活跃会员占比提升28%,数字化赋能成效显著。

绝味食品首席数据官谌鹏飞向《证券日报》记者介绍:“目前公司运营的场景启用了数智技术选址,选址效率提升70.5%,选址预估业绩准确率提升到80.8%。基于数智技术,公司可精准捕捉消费者需求并进行产品创新,持续助力绝味品牌打造更多爆品。”

# 电投能源拟投资1.27亿元 建设全产业协同调度指挥平台

■本报记者 马宇薇

10月24日,电投能源发布公告称,拟投资1.27亿元建设全产业协同调度指挥平台项目。

电投能源方面表示,拟通过建设全产业协同调度指挥平台,打造集煤铝新港生产运营为一体的统一智慧平台,通过产业管理数据和综合管理数据标准化接入和海量汇聚,支撑产业监测、协同调度、辅助决策、经营分析等各类应用服务需求,实现公司产业协同调度与数字化转型深度融合。

公告显示,项目总概算1.27亿元,其中,技经评审费29万元,咨询设计费656万元,质量管控费335万元,实施费用1.17亿元。资金来源为自有资金。

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:“电投能源建设全产业协同调度指挥平台对公司发展有积极影响。首先是实现降本增效,利用数据和算法来提高企业运营效率,实现各业务板块的实时监控和智能调度,同时利用资源有效调配来降低运营成本;其次是实现数据整合,将各个业务节点的数据汇集起来,将数据资源转化为数据要素,发挥数据价值;再者是助力实现战略转型,以数字化转型为企业转型的重点突破方向。”

电投能源主要业务包括生产销售煤炭、铝、火电及光伏风电新能源发电等。近年来,公司持续加码新能源建设,积极推进综合智慧能源产业链转型升级。

据悉,上述平台以“一平台、两阶段、三种方式、四项功能、五大成效”为思路,借鉴国能集团等头部企业先进经验,依托集团公司数据中台,构建建设和浩特本部中台延伸节点的软硬件资源,优先开展建设和浩特本部建设内容,在咨询设计阶段依据通本办办公楼处置情况调整方案内容和实施阶段概算,实现产业协同调度与数字化转型的深度融合。

沙利文大中华区合伙人兼董事总经理贾庞在接受《证券日报》记者采访时表示:“数字化平台的建设能够帮助企业形成统一的数字治理体系,以保障数据治理、实现数据共享和创新数据应用,并为企业的数字化转型提供支持。能源企业通过建设数字化平台,可以实现数据的集中管理和沉淀,从而提高数据的质量和和价值。此外,随着数字化平台投入使用,企业的数字化能力将逐步提升,有助于通过数据分析、挖掘和预测,降低能耗和排放强度,提升全要素生产效率,助力绿色低碳转型发展。”

从业绩表现来看,电投能源同日披露的2024年三季报显示,今年前三季度,公司实现营业收入218.10亿元,同比增长10.54%;实现归属于上市公司股东的净利润44.00亿元,同比增长22.73%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润42.84亿元,同比增长22.96%。

电投能源表示,通过本项目,有利于公司整合现有系统和数据资源,持续提升能效,发挥协同优势,帮助实现公司整体效率提升和效益最大化。通过数据中心建设,实现数据的集中管理和数字资产沉淀,推动数据资产的规范化管理,为“人工智能+”储备数据资源,持续释放数据价值。

# 恒力石化前三季度盈利超51亿元 新材料产能快速提升

■本报记者 李勇

10月24日晚间,恒力石化披露2024年三季报报告。今年前三季度,公司实现营业收入1777.64亿元,同比增长2.69%;实现归属于上市公司股东的净利润51.05亿元,同比小幅下降。

目前,恒力石化主营业务囊括了上游的炼化、芳烃、烯烃,中游的基础化工、精细化工,以及下游各个应用领域材料产品的生产、研发和销售,构筑了完整的全产业链条,一体化优势明显。

三季报显示,受产品价格价差收窄影响,今年第三季度,恒力石化盈利水平同比、环比均出现一定的下降。具体来看,今年第三季度,公司实现归属于上市公司股东的净利润为10.87亿元,同比下降59.01%,环比下降42.12%。

“虽然是传统旺季,但第三季度需求仍显不足,下游补库存动力受到抑制,石化、化工等行业价差收窄,徘徊低位,头部企业盈利亦受到影响。”新热点财富创始人李鹏岩在接受《证券日报》记者采访时表示。

对于第三季度业绩下降的原因,恒力石化在三季报中表示,主要系单季度产品价格差同比减少,单季度利润下降导致。

值得关注的是,基于自身“油、煤、化”深度融合的“大化工”平台产业链一体化优势,恒力石化也在加快打造高端精细化工产业和新材料产业集群,加速布局高技术壁垒、高附加值的增量需求产品,积极推进包括锂电池隔膜、电解液、PET铜箔基膜、光伏背板基膜在内的新能源、新材料产品布局。而随着一系列重大项目的陆续投产,恒力石化的新材料产能也在快速提升。

据恒力石化同步披露的经营数据,今年前三季度,公司新材料产品完成产量453.94万吨,销量385.84万吨,实现营业收入314.03亿元,分别同比增长49.24%、35.25%和30.38%。新材料产品的产量、销量及营业收入规模已经接近或超过去年全年水平。

“根据公司前期公布的项目规划和建设进度,2024年无疑是公司新材料产能投放的一个大年。”有不愿具名的市场投顾人士向《证券日报》记者表示,一系列新材料、精细化工项目陆续投产、达产后,恒力石化的产业链协同效应将进一步凸显,盈利中枢进一步提升。

李鹏岩表示,基于全种类原料平台,恒力石化在不断夯实上游的规模和本土优势的同时,积极开拓下游新材料业务,提高产品的差异化和附加值同时,也实现了产业链的进一步优化、延伸与补强。未来,随着公司下游产业链布局的不断深入和完善,也将为公司构筑新的业绩增长点,为公司打开第二成长曲线,并显著降低公司的业绩波动性。