

抢抓春节消费旺季 上市公司争相布局年货市场

■本报记者 李静

春节的脚步日益临近,年货市场逐渐迎来了购销两旺的繁荣景象。各大上市公司纷纷抢抓这一传统消费旺季,积极备战年货市场,以满足消费者多样化的需求。在北京的年货大集和各大商超中,琳琅满目的商品吸引了众多市民前来选购。干果类商品备受青睐,良品铺子股份有限公司、三只松鼠股份有限公司(以下简称“三只松鼠”)等上市公司推出的干果礼盒成为了消费者的首选。“干果零食最近销量可观,当天的货到下午基本上就卖光了,临近春节我们每天都要补一两次的货。”一家超市工作人员向《证券日报》记者介绍。

据了解,年货节三只松鼠在全渠道推出多款礼盒新品,涵盖坚果礼、零食礼、烘焙礼、肉食礼等全品类,同时重点打造线下9.9元系列日销爆品及区域定制礼品。三只松鼠发布的数据显示,截至1月10日,公司分销渠道年货节累计销售已突破18亿元,同比增速近50%。卫龙美味全球控股有限公司(以下简称“卫龙”)推出了蛇年限定款大包卫龙礼包。“该礼包已在线上线下同步售卖。针对线上渠道,卫龙还推出了电商限定包。”卫龙相关负责人对《证券日报》记者表示。除了干果零食外,白酒也是不可或缺年货之一。《证券日报》

者走访多家烟酒店及商超了解到,白酒品牌已经推出了优惠促销活动。“200元至300元价位的白酒最受欢迎,高端白酒的购买量也在逐渐增加,临近春节店里还有满减活动。”一家烟酒店老板介绍。面对春节销售旺季,宜宾五粮液股份有限公司、安徽古井贡酒股份有限公司等知名酒企纷纷表示,将加大力度抓好产品量价平衡,渠道优化布局等工作,以抢占春节市场先机。此外,为了备战年货市场,多家上市公司提前进行了生产线改造升级和新技术投入使用。例如,洽洽食品股份有限公司在全国11个工厂全力冲刺年货节生产,其中包头新厂顺利投产,提升了产能和效率。盐津铺子食品股份有限公

司则携手知名设计师将中式好运文化融入包装设计,构建起立体化的品牌传播体系,并在多个渠道进行铺货和营销。广东省食品安全保障促进会副会长、中国食品产业分析师朱丹蓬向《证券日报》记者表示,春节消费复苏不仅体现了中国经济的韧性,也彰显了消费信心的回暖与消费需求的释放,春节的消费热潮,促进了经济的活跃与增长,同时也为食品等相关产业带来了宝贵的发展机遇。在投资者互动平台上,“年货”也成为一大热词。多家上市公司表示,正在积极准备年货产品的销售工作,推出各种特色礼包和礼盒,以满足消费者的不同需求。其中,合肥百货大楼集团股

份有限公司在投资者互动平台上称,公司旗下合家福超市自启动“春供”动员大会以来,积极与头部优质品牌、供应商、直采基地、定制厂家等进行春供战略合作,准备休闲零食、粮油调味、饮料、营养保健等品类80万件,肉、禽、蛋、蔬果2600吨。中国全聚德(集团)股份有限公司在投资者互动平台上称,2025年春节,北京门店拟进行新春年货送福利活动,消费满额即送蛇年超大“蛇皮袋”,还有福袋、猜灯谜等多重活动。此外,多家上市公司还在官网、公众号等渠道以新年官宣、致辞的形式,透露公司新增合同订单、中标项目、产线投产等情况,向投资者传递开年暖意。

去年锂电池出货量同比增长32.6% 磷酸铁锂电池市占率持续领先

■本报记者 李雯珊

近日,深圳市高工产业研究院(以下简称“高工产业”)锂电研究所发布的数据显示,2024年中国锂电池出货量1175GWh(吉瓦时),同比增长32.6%,其中动力、储能、数码电池出货量分别超780GWh、335GWh、55GWh,分别同比增长23%、64%、14%。从上述数据可以发现,动力电池是国内锂电池出货量的主要贡献者,占比达66%。从技术路线来看,2024年磷酸铁锂电池出货量超560GWh,占动力电池总出货量的比例为72%。公开资料显示,2018年至2020年,凭借着高能量密度、长续航等优势,三元锂电池在国内的市占率始终领先。而后期,借助创新技术,磷酸铁锂电池在安全性和成本等方面的优势愈发凸显。2021年7月份,磷酸铁锂电池的市场份额超越三元锂电池,此后便一直保持领先。高工产业锂电研究所调研数据显示,2024年中国正极材料出货量达335万吨,同比增长35%。其中磷酸铁锂材料出货246万吨,同比增长49%,占正极材料总出货量的比例近74%。三元锂材料出货65万吨,同比微增。

磷酸铁锂材料的增长主要受磷酸铁锂电池出货提升带动。2024年,中国磷酸铁锂电池出货量超900GWh,同比增长超35%。差异化的磷酸铁锂材料能够提升行业议价权,其中高压实与高倍率型磷酸铁锂行业应用加快。2024年底,高压实(大于2.6g/cc,二烧)磷酸铁锂月度出货超3.5万吨,高倍率型(放电倍率大于30C)磷酸铁锂月度出货超2000吨。“从2024年的情况来看,磷酸铁锂电池持续超过三元锂电池的出货量,是市场需求、技术进步等多方面因素共同作用的结果。预计随着技术的不断进步和市场的不断发展,磷酸铁锂电池有望在更多领域得到应用。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁师向《证券日报》记者表示。

萨摩耶云科技集团首席经济学家郑磊向记者表示:“尽管三元锂电池在能量密度上有优势,但在成本控制和安全性考量下,越来越多的厂家选择磷酸铁锂电池作为首选方案。未来一段时间内,磷酸铁锂电池将继续在市场上占据主导地位。”据悉,锂电池的原材料主要包括正极材料、负极材料、电解液和隔膜。2024年,负极材料、电解液和隔膜这三个领域也获得了不俗的发展。高工产业锂电研究所调研数据显示,2024年中国锂电池负极材料出货量208万吨,同比增长26%,其中人造石墨、天然石墨材料出货分别为181万吨、26万吨;中国电解液市场出货量147万吨,同比增长32%;中国锂电隔膜出货量223亿平方米,同比增长30%。

多家公司晒出去年销售数据 高质量发展彰显活力

■本报记者 桂小莹

据《证券日报》记者梳理,截至1月12日,已有67家上市公司发布了2024年12月份的销售数据,结合此前发布的月度销售数据,可以估算出其全年销售状况。整体来看,不少行业在2024年呈现出良好发展态势。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林告诉《证券日报》记者,透过部分上市公司的销售数据,可以看到我国经济的韧性。2025年,企业要深耕内需市场,通过创新来塑造差异性,通过服务来改善消费者体验,通过承担责任来改善社会观感,实现企业的长期可持续发展。

在这67家公司中,养殖行业上市公司的业绩普遍表现不俗。牧原食品股份有限公司发布的公告显示,2024年,公司共销售生猪7160.2万头,其中商品猪6547.7万头,仔猪565.9万头,种猪46.5万头。公司发布的业绩预报表及,预计2024年实现归属于上市公司股东的净利润同比增长498.75%至522.21%,业绩增长的主要原因为报告期内公司生猪出栏量、生猪销售均价较2023年同期上升,且生猪养殖成本较2023年同期下降。此外,另有多家拥有生猪养殖业务的上市公司发布了全年的销售数据,在2024年获得了可观的利润。

卓创资讯分析师邵煦在接受《证券日报》记者采访时说,受2023年第四季度生猪被动去产能影响,2024年生猪供应迎来缺口,自2024年2月底猪价开启上行通道,猪价于2024年8月份涨至全年高位,全年日均最高价涨至21.16元/公斤,养殖企业、散户、二次育肥均在2024年实现盈利。但是,随着产能陆续恢复,以及二次育肥拉动短期价格上行但压栏增重导致实际猪肉供应增加,2024年第四季度市场处于供应增幅大于需求增幅状态,猪价逐步回落。“头部企业在生猪出栏数量、销售收入和净利润等方面均表现出色,进一步巩固了其在行业中的领先地位。同时,这些企业也在优化养殖成本,提高生产效率等方面展开竞争。与头部企业相比,部分中小企业由于资金实力较弱,产能规模较小等因素,在市场竞争中处于劣势地位。一些企业甚至因受不住生猪价格下行带来的亏损压力而退出行业。”上海钢联农产品事业部生猪分析师王红炎告诉《证券日报》记者。

除了养殖行业外,在发布2024年全年销售数据的公司中,运输等行业也展现出潜力。广州港股份有限公司发布的公告显示,2024年12月份,预计完成集装箱吞吐量206.6万标准箱,同比持平;预计完成货物吞吐量4750.2万吨,同比增长3.7%。2024年1月份至12月份,公司预计完成集装箱吞吐量2518.2万标准箱,同比增长5.3%;预计完成货物吞吐量56795.0万吨,同比增长2.8%。

电商年货节点燃新春消费热潮

■本报记者 谢岚
见习记者 梁傲男

春节临近,消费者置办年货的热情高涨。近日,阿里巴巴集团旗下淘宝天猫集团(以下简称“淘宝天猫”)、京东集团股份有限公司(以下简称“京东”)、抖音集团电商业务(以下简称“抖音电商”)、快手科技电商业务(以下简称“快手电商”)、美团等平台的年货节大促策略全面上线,消费市场洋溢着浓郁的“年味”。

从年货节玩法来看,电商平台聚焦优惠与体验,抛出大额红包、官方立减、“百亿补贴”等优惠,激发消费者购物热情。同时打造多样化创意内容,提升用户参与感。部分平台上线“送礼”功能,借社交互动增强用户黏性、挖掘潜在消费。此外,在“两新”政策推动下,平台承接优惠设立“国补”专区,覆盖家电、数码等品类。各方角逐中,年货节消费热潮被点燃。

“春节是最为重要的传统节日,在春节进行的年货采买属于全民参与的消费盛事,用户规模将比任何时候都要大得多,促销力度也会比平时更大。”网经社电子商务研究中心特约研究员、北京百联咨询有限公司创始人庄帅对《证券日报》记者表示,年货节拥有着强大且持久的生命力。让消费者、商家以及各相关方都满意,是对电商平台综合经营能力的重大考验。

年货节玩出“新花样”

在年货节期间,淘宝提供多种方式让消费者领取无门槛红包,包括每日签到、参与互动游戏等,部分商品享受官方立减优惠,具体折扣力度因品类而定。天猫年货节在官方立减85折、跨店满200元减30元的基础上,还推出了可叠加的消费券以及官方补贴品类券。京东年货节推出“每天都能领60元额外补贴”活动,购买家电家居、3C数码类商品还可享受国家补贴,除此之外还推出买一赠一、买正装送正装等相关促销活动。京东联

合超百大品牌、名人发起全国最大规模的“我给老家送年货”活动。

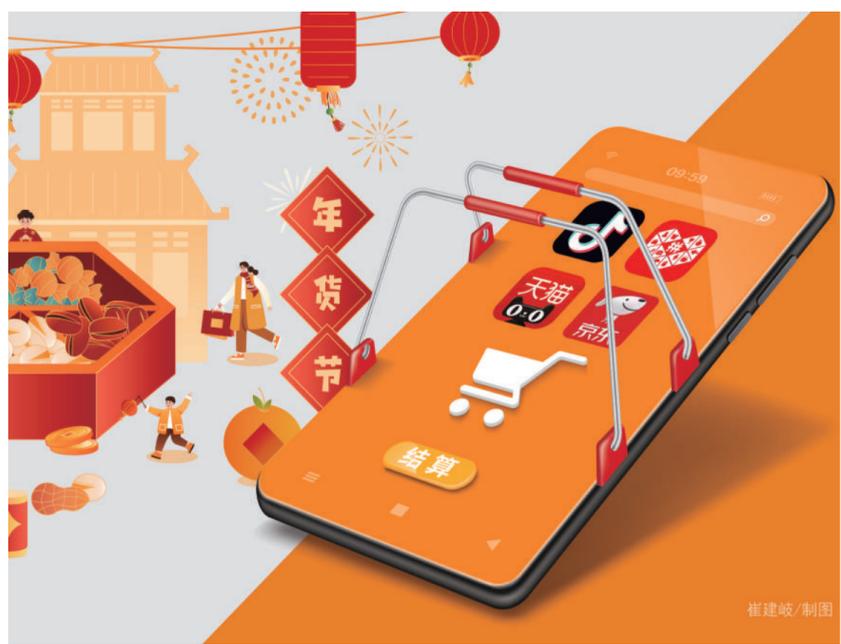
抖音电商、快手电商等直播电商则根据自身特点,突出差异化。抖音电商年货节除了“官方立减”“一件直降”等活动外,还在直播新增家乡年货特色等内容。快手电商年货节加码大促专属流量激励,结合内容场域及泛货架场域不同经营特点,根据商家和达人层级制定激励政策。快手电商相关负责人对《证券日报》记者表示,2025快手年货节将设置更有年味的营销玩法,引入和打造更多地道爆款年货,提升用户购买体验。

当前,消费者“随时下单不囤货,外卖一站式备齐”的年货置办趋势突出,本地商家有通过即时零售把握春节生意机遇的切实需求,生鲜电商也成为消费者采购年货的重要渠道。美团、上海盒马网络科技有限公司、上海壹佰米网络科技有限公司旗下叮咚买菜等平台纷纷加入年货节促销行列。

美团相关负责人对《证券日报》记者表示:“美团联合全国各地商超、便利店等本地零售商家举行年货节活动,给出‘满109元减50元’的年货消费补贴,让消费者用于购买零食饮料、家居日用百货等各类热门年货。”叮咚买菜相关负责人对《证券日报》记者表示,今年平台特别推出“年货大街”入口,涵盖数十个品类,目前年货消费已经进入爆发期,平台预计今年春节前后的整体销量同比增长20%左右。

2024年12月18日,微信小程序“送礼”功能的灰度测试,用户选定礼物后可直接选择微信好友发送,实现从选购到送礼的闭环。年货节期间,淘宝也面向用户上线“送礼”新功能,支持该功能的商品页面底部新增“送礼”选项。天猫年货节期间,若送礼商品为参与年货节满减活动的商品,单件即可享受85折直降优惠。

淘宝天猫方面向《证券日报》记者表示,可用于“送礼”的商品基本覆盖完整的淘宝商品池。淘宝持续建设的支付、物流、售前售后等电



崔建斌/制图

基础能力体系,以及全面保障的售前、售后服务体验,可以满足用户多元化的选礼物、送礼物需求。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇对《证券日报》记者表示,平台接连推出“送礼物”功能,反映出电商行业在社交互动和用户黏性上的竞争激烈。这一功能不仅能够增强用户的参与感和归属感,还能通过社交分享,吸引更多流量,挖掘潜在客户。

“货架电商以及直播电商都在努力通过各类新玩法满足消费者的需求。年货节以电商方式渗透到生活中,说明电商依旧拥有发掘市场的潜力。在力推年货节的同时,也让人们享受到网购的年味。”网经社电子商务研究中心主任曹磊对《证券日报》记者表示。

补贴政策加速落地

1月3日,国家发展改革委有

关负责人在“中国经济高质量发展成效”系列新闻发布会上介绍,2025年,将加力扩围实施“两新”政策,把手机、平板电脑、智能手表手环等消费品纳入支持品类。

在政策的有力推动下,消费换新需求有望被进一步激发,电商平台以多项举措承接政策优惠,推出“国补”活动专区,为年货市场注入新的活力。

京东方面表示,将通过加大备货、品类扩容、新品上新、组合优惠等形式,做好“两新”政策的承接工作。京东已率先承接国家补贴发放工作,各地活动陆续上线中,其中湖北、江苏、湖南等地的国补活动已在1月1日上线。此外,各地京东MALL、京东电器城市旗舰店等线下渠道也将同步开启国家补贴活动。

淘宝天猫同样上线相关活动专区,八大家电品类至高补贴2000元,叠加年货节补贴后低至

六折。据悉,淘宝天猫率先承接手机、平板等数码产品国家补贴优惠的落地准备工作。

抖音电商陆续上线了江苏、福建、吉林、四川、山东等“国补”专区。同时,为响应号召促进消费、提升用户体验,抖音电商还将进一步扩大国家补贴范围,逐步覆盖手机、平板、家居家装、厨卫等商品。

“从实际效果看,政策与市场的协同模式成效显著。一方面,以旧换新政策激发消费者换新热情,推动家电、数码产品等市场发展;另一方面,电商平台通过提供便捷的回收服务、丰富的商品选择以及优厚的补贴政策,进一步降低消费者换新门槛。这种双赢局面,不仅促进消费升级,还拉动了内需增长,为经济高质量发展提供有力支撑。”中国信息协会常务理事朱克力在接受《证券日报》记者采访时表示。

政策与技术双轮驱动 2025年消费电子行业景气度有望延续

■本报记者 冯雨珊

A股上市公司2024年业绩预告陆续出炉。从消费电子板块看,受益于行业整体复苏态势,多家上市公司业绩预喜。

例如,1月9日晚间,光学元件厂商浙江水晶光电科技股份有限公司披露2024年业绩预告,预计实现归属于上市公司股东的净利润为10亿元至11.20亿元,同比增长66.60%至86.59%。公司称,2024年,公司紧跟全球消费电子行业的复苏步伐,积极把握人工智能大模型带来的产业升级机遇,充分发挥技术创新的驱动力,成功实现了单一大单品向多元化大单品的结构跃迁,推动公司业务规模攀登高峰,盈利能力持续增强。

消费电子龙头立讯精密工业股份有限公司此前发布的业绩预告显示,预计2024年全年实现归属

于上市公司股东的净利润约为131.43亿元至136.91亿元,同比增长20%至25%。

相关消费电子厂商盈利向好的背后,是市场终端持续好转。2024年,消费电子行业持续复苏。以智能手机为例,市场分析机构Canalys的报告表示,2024年第三季度全球智能手机市场同比增长5%,实现连续四个季度的同比反弹,全年出货量预计12.2亿台,同比增长6%。北京群智信息技术咨询有限公司总经理李亚琴表示,从2024年产业整体呈现的增长态势中,可以看到换机周期来临的一些信号。“整体来讲,2024年、2025年都属于消费电子品类换机周期的范围。”群智咨询执行副总经理兼首席分析师陈军对记者表示:“2024年手机市场处于增长态势,2025年有望延续,背后主要有两点作为支撑:一是智能手机的市场需求没有

变差,二是目前整机厂商的库存处于可控水平,这有助于2025年手机出货量维持正增长。”

业内普遍认为,政策端与技术端的加持,有望驱动产业终端需求加速释放。李亚琴认为,从终端应用、技术创新、行业环境、政策等方面来看,预计2025年消费电子产业将在2024年的基础上保持增长。

从政策层面来看,1月8日,国家发展改革委、财政部发布《关于2025年加力扩围实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》。其中提出,实施手机等数码产品购新补贴。对个人消费者购买手机、平板、智能手表手环等三类数码产品(单件销售价格不超过6000元),按产品销售价格的15%给予补贴,每位消费者每类产品可补贴1件,每件补贴不超过500元。

“国补”政策扩围至消费电子行业,无疑是对个人消费者的一次

实质性激励,旨在促进消费升级和内需释放。”中国电子商务专家服务中心副主任郭涛在接受《证券日报》记者采访时表示,这一政策不仅直接降低了消费者购买高科技产品的成本,提高了市场对智能终端产品的接受度,还间接推动了整个消费电子产业链的创新与发展。

郭涛认为,对于厂商而言,补贴政策增加了市场需求的确定性,鼓励企业加大研发投入,推出更具竞争力的产品。多家消费电子厂商已积极发声,将紧抓政策红利,持续进行研发投入,为客户带来更多优质产品和服务。

例如,欧菲光集团股份有限公司表示,公司积极把握行业发展的良好机遇,充分利用自身多年技术积累,坚持以自主创新引导技术产业化升级,持续进行研发投入,强化内部管理,稳步提高产品品质,

不断巩固在全球光学光电行业的领先地位,致力于打造全球技术创新平台型企业。“公司各条产品线均在有序生产,并按客户订单预期及到货节奏发货。”

深圳市卓翼科技股份有限公司称,“以旧换新”政策以一定程度上刺激终端消费者的置换及购买,在量的需求上会产生一定的积极影响。而随着AI技术变革不断推进,消费电子与科技创新加速融合,产业发展提速。

“手机厂商将围绕AI展开人才、算力、资本的竞争,获得更优秀人才、算力、资本的厂商,将吃到AI手机和‘国补’这波红利。”工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林在接受记者采访时表示,随着AI手机等新消费电子产品的出现,技术与政策共同发力,将促进消费电子产业的进一步发展。