

中国联通去年营收净利双增长 拟斥资19.42亿元大手笔派现

■本报记者 李乔宇

3月18日晚间，中国联通网络通信股份有限公司(以下简称“中国联通”)披露2024年年度报告。年报显示，2024年，中国联通营业收入稳健增长，达到3896亿元，同比提升4.6%；网络通信业务收入占服务收入76%，同比提升1.5%；算网数智业务收入占服务收入24%，同比提升9.6%。

2024年，中国联通盈利能力持续提升，公司利润总额251亿元，归属于母公司净利润达到90亿元，同比提升10.5%，加权平均净资产收益率提升至5.5%。

中国联通相关负责人在当日举办的业绩说明会上表示，2025年，预计中国联通的收入、利润将实现有力增长。中国联通将更加注重科技创新，积极布局新赛道，拓展新空间，同时聚焦国际市场，打造高质量发展新的增长极。

具体来看，2024年，中国联通用户规模再创新高，移动和宽带用户数达到4.7亿，净增1952万；物联网连接数超过6.2亿，净增1.3亿；车联网连接数达到7600万，保持行业第一；格物工业互联网平台纳管设备超过1200万，占全国的1/8。

去年，中国联通旗下联通云收入为686亿元，同比提升17.1%；数据中心收入259亿元，同比提升7.4%；算网业务驱动算力服务强劲增长，去年签约金额超过260亿元。

“数据显示，中国的云计算市场预计还会保持高速增长，今年规模会突破万亿元。”中国联通相关负责人表示，“中国联通会加大在云计算方面的投入，有信心保持联通云的健康可持续发展，今年将交出一份更好的答卷。”

2024年，中国联通加快推进IDC向

中国联通2024年营业收入和净利润双增长：
营业收入3896亿元、同比提升4.6%；
利润总额251亿元，归属于母公司净利润达到90亿元
同比提升10.5%



AIDC、通算向智算升级，在多地建设大规模智算中心，建成300多个训推一体的算力资源池，智算规模超过17E FLOPS(每秒浮点运算次数)。

去年，中国联通打造元景大模型，突破自适应慢思考、非对称MoE(混合专家模型)架构等关键技术，在语音、多模态、语音及视觉模型等国际评测中排名前列。

“如果说模型的收入增长，我们有信心实现200%至300%的增长。”中国联通相关负责人表示，中国联通2025年IDC业务收入增长不会低于2024年。

去年，中国联通坚持业务融合、市场融通，结构持续优化，融合用户占比超过77%，价值不断提升，融合套餐客

单价月均超百元。同期，中国联通国际业务提速发展，收入达到125亿元，同比提升15.2%。

在加快新一代移动通信研发应用方面，去年中国联通攻克毫米波、多频通感、智能超表面等5G-A关键技术，应用到物联网、车联网、工业互联网等重点场景。

中国联通同时披露了关于2024年度末期利润分配方案的公告。公告显示，公司董事会建议，中国联通拟每10股拟派发末期现金股利0.621元(含税)，共计向公司股东派发约19.42亿元(含税)的末期股利，剩余可供股东分配的利润将用于以后的利润分配。

数据显示，连同已派发的中期股利在内，中国联通全年每10股拟派发现金股利1.58元(含税)，同比增长19.7%，共计拟向公司股东派发约49.42亿元(含税)股利。

2024年，中国联通公司经营活动现金流量净额为912.6亿元；资本开支为613.7亿元，同比下降17%。其中，算力投资同比上升19%。

年报显示，2025年，中国联通预计营收、利润及净资产收益率将实现有力增长。预计固定投资在550亿元左右，其中算力投资同比增长28%；此外，中国联通为人工智能重点基础设施和重大工程专项作了特别预算安排。

小米集团2024年业绩创历史新高

2025年小米汽车全年交付目标提升至35万台

■本报记者 向炎涛

3月18日，小米集团(以下简称“小米”)发布2024全年及2024年第四季度财报，创下史上最年度业绩。财报显示，2024年，小米总收入同比增长35.0%至3659亿元；经调整净利润同比增长41.3%，达272亿元。与此同时，2024年第四季度，小米单季营收首次破千亿元，达1090亿元，同比增长48.8%，刷新单季业绩历史纪录。

“2024年，小米手机、汽车、IoT等业务齐头并进，初步完成了‘人车家全生态’的业务闭环。”在当天的业绩说明电话会上，小米合伙人、总裁卢伟冰对《证券日报》等媒体表示，经过三年的沉淀，2024年小米汽车强势亮相，成功开启了小米的第三条增长曲线。

当天，小米创始人、董事长兼CEO雷军在微博上称，这是小米“史上最财报”。雷军还透露，小米刚刚交付了第20万辆小米汽车。小米汽车一直在全力提升产能，已经取得一些进展，2025年全年交付目标提升至35万台。

具体来看，财报显示，2024年，小米智能手机业务实现收入1918亿元，同比增长21.8%。根据Canalys数据，2024年小米全球智能手机市场份额为13.8%，连续18个季度稳居全球前三，并成为2024年全球前三厂商中唯一实现正增长的品牌。

2024年，小米智能电动汽车等创新业务总收入为328亿元，多项指标超预期达成。Xiaomi SU7全年总交付量超出10万台目标，达到136854台。今年2月27日，Xiaomi SU7 Ultra正式发

布，目前已提前完成全年1万台销量目标。

卢伟冰表示，这些成绩的背后，离不开过去几年小米在能力建设和认知提升方面的不懈努力。2022年，小米首次提出了规模与利润并重的经营理念，从过去的规模为先逐步转化为长期持续高质量增长。2023年，小米明确了“人车家全生态”的整体战略。之后小米把整体战略拆解成高端化战略、产业能力领先战略、AI战略等六大战略，并达成共识，小米新十年的奋斗目标成为全球新一代硬科技的引领者。

“在这一目标引领下，小米坚持技术立业，持续加强底层研发的投入。”卢伟冰介绍，2024年研发投入达241亿元，同比增长25.9%，2025年研发投入预计

将达到300亿元。2021年至2025年，小米研发投入预计会超过1000亿元。

“未来小米的目标是要推进全品类的高端化，同时高端化战略还要从手机和汽车领域拓展到全品类，一直到全生态，要从中国市场走向全球市场。”卢伟冰说。

2025年4月份将迎来小米创立15周年的重要时刻，也会开启小米公司的新征程。卢伟冰表示，小米明确，硬核科技是未来十年的核心，小米将持续加大科技创新力度，打造长期的科技护城河。小米将会全力推动AI技术在各个终端产品的落地。

此前小米已正式对外披露，2025年全年300亿元的研发投入中，AI相关研发投入将占四分之一。小米将通过AI全面赋能“人车家全生态”各业务板块。

腾讯音乐2024年总收入为284亿元

在线音乐付费用户持续攀升

■本报记者 袁传玺

3月18日，腾讯音乐娱乐集团(以下简称“腾讯音乐”)发布了第四季度及全年未经审计财务业绩。2024年第四季度，腾讯音乐总收入为74.6亿元，同比增长8.2%，调整后净利润24.0亿元，同比增长43.0%；全年总收入为284.0亿元，同比增长30.7%，调整后净利润81.4亿元，同比增长30.7%。

腾讯音乐执行董事长彭迦信表示，腾讯音乐在2024年取得了扎实稳健的增长。公司在在线音乐业务表现强劲，推动集团实现全年收入增长，利润率进一步提升。公司在音乐产业链上积极开拓创新，不仅持续引领行业发展，也进一步丰富了平台生态，驱动付费用户渗透率不断提高，用户的全周期价值得到大幅提升。

分红方面，腾讯音乐宣布派发约2.73亿美元(约合人民币19.93亿元)的年度现金股息，并推出新一期股份回购计划，金额最高达10亿美元(约合人民币73亿元)。

按具体业务来看，作为腾讯音乐高质量发展的核心驱动力，在线音乐业务持续增长。2024年在线音乐订阅收入为152.3亿元，同比增长25.9%，第四季度在线音乐付费用户数为1.21亿，同比增长13.4%，单个付费用户月均收入(ARPPU)进一步增长至11.1元。

腾讯音乐方面表示，一直以来，公司坚持深化内容与平台“一体两翼”战略，带动业绩高质量增长。2024年，公司进一步丰富内容生态，巩固头部音乐内容供给，在内容制作与共创方面持续发力，以更多元的内容满足用户不同的音乐喜好；平台与产品功能持续创新，基于AI等前沿技术为用户提供更加个性化的音乐体验，进一步提高了平台用户参与度。

广州艾媒数据信息咨询有限公司CEO张毅对《证券日报》记者表示，随着数字音乐市场的不断成熟，用户对音乐内容的需求日益多样化和高品质化。根据行业数据，中国在线音乐市场规模持续扩大，用户付费意愿增强，为腾讯音乐等平台提供了广阔的发展空间。

2024年，腾讯音乐不断丰富扩大内容生态。例如，腾讯音乐与SM娱乐和Kakao娱乐续约，合作范畴拓展至优质音效、艺人演出及周边；为腾讯视频爆款剧集《九重紫》《大奉打更人》及院线电影《只此青绿》《浴火之路》制作主题曲及原声带。截至2024年12月底，腾讯音乐总计拥有超2.6亿首授权及共创音乐与音频曲目。

此外，腾讯音乐强化平台核心价值，驱动会员规模和单个付费用户月均收入进一步增长，超级会员发展势头愈发强劲。一方面，在用户个人音乐资产沉淀方面，腾讯音乐通过优化算法与交互界面，推动用户歌曲收藏量同比增长10%，也促进了推荐播放份额的显著增长。另一方面，超级会员数量环比强劲增长，单个付费用户月均收入和用户活跃度也进一步提升。腾讯音乐方面表示，这主要得益于更好的音质音效，更丰富的数字专辑库，以及为线上演唱会引入了多种特权，例如，针对部分演出提供的高清观看模式等。

值得关注的是，在创新方面，腾讯

音乐将DeepSeek大语言模型集成在歌曲创作功能，激发用户的音乐创作热情。还将其融合在AI助手、评论区、推荐页等场景下，为用户打造更具个性化的音乐体验。同时，通过设计和推广深受用户欢迎的互动激励任务体系加强了品牌与用户之间的连结，推动广告收入同比强劲增长。

一位不愿具名的行业分析师对《证券日报》记者表示，腾讯音乐在2024年通过稳健的业绩增长、多元的业务拓展和持续的技术创新，巩固了其在数字音乐领域的领先地位。随着音乐市场的不断演变和用户需求的日益多样化，腾讯音乐有望凭借强大的内容生态、技术创新能力和多元业务布局，继续引领行业发展，为用户创造更多价值，同时也为投资者带来长期稳定的回报。

中银国际证券有限公司发布研报称，腾讯音乐将持续依赖其核心音乐内容生态，以及丰富且融合的基建设施，通过加强商业化变现能力及提高商业化变现效率，从而在未来获得稳定高质量的音乐业务增长。

福耀玻璃去年净利润同比增超33% 拟每股派1.8元

■本报记者 李婷

3月18日晚间，福耀玻璃工业集团股份有限公司(以下简称“福耀玻璃”)发布2024年年度报告。年报显示，2024年，福耀玻璃实现营业收入392.52亿元，同比增长18.37%；实现归母净利润74.98亿元，同比增长33.20%。公司拟向全体股东每股分配现金股利1.8元(含税)。

福耀玻璃董事长曹德旺在年报董事长致辞中表示：“经过福耀全体员工的共同努力，2024年公司超额完成全年主要生产经营指标。”

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示，随着智能驾驶发展，对玻璃性能和构造要求提升，单车使用的玻璃质和量都得到较大提升。

在此背景下，福耀玻璃不断提升玻璃制造技术和原材料研究，提升技术创新能力，逐步构建技术护城河。2024年，福耀玻璃研发投入合计16.78亿元，比上年同期增加19.59%，研发投入总额占营业收入

比例达4.27%，智能全景天幕玻璃、可调光玻璃、抬头显示玻璃、超隔热玻璃等高附加值产品占比持续提升，占比较上年同期上升5.02个百分点。

3月18日晚间，福耀玻璃公告称，拟对全资子公司福耀玻璃美国有限公司增加投资4000万美元，拟投资建设一条汽车级浮法玻璃生产线项目。

张翔认为，基于对全球汽车工业发展前景的信心，福耀玻璃前瞻性扩产准备充分，随着公司产能的有序释放，有望进一步把握全球化未来发展趋势，巩固优势竞争地位。

值得一提的是，福耀玻璃一直重视回报投资者意识，积极提升投资者回报能力和水平。从上市至今，公司向A股股东和H股股东累计派发现金红利和送股347.40亿元(含已宣告未发放的2024年度现金红利)，是公司发行A股股票和H股股票总募集资金110.21亿元的3.15倍。

华润啤酒2024年净利润为47.39亿元 高档啤酒产品销量表现亮眼

■本报记者 李春莲
见习记者 梁俊男

3月18日，华润啤酒(控股)有限公司(以下简称“华润啤酒”)发布2024年业绩报告。报告期内，公司实现营收386.35亿元；实现归属于上市公司股东的净利润为47.39亿元；毛利率同比增长1.2个百分点至42.6%，创下近5年来新高。

华润啤酒董事会主席侯孝海在接受《证券日报》记者采访时表示：“公司于2017年启动‘3+3+3’高端化发展策略，紧抓高质量发展的主旋律，从2023年至2025年，推动公司‘决胜高端’，实现了生产效率、产品质量和企业效率的持续提升，同时把握新产品开发、科技创新、数智化转型等新机遇。”

业绩报告显示，2024年，华润啤酒的啤酒销量较2023年同期下降2.5%至1087.4万升，啤酒业务实现营收364.86亿元，同比下降1.0%；扣除产能优化所产生的固定资产减值及一次性员工补偿及安置费用，以及下半年已确认的政府补助和出售土地权益所得溢利的影响后，实现未计利息及税项前盈利为63.44亿元，同比增长2.9%。

报告期内，华润啤酒高档及以上产品的销量同比增长9%。其中，业绩报告显示，2024年，华润啤酒的啤酒销量较2023年同期下降2.5%至1087.4万升，啤酒业务实现营收364.86亿元，同比下降1.0%；扣除产能优化所产生的固定资产减值及一次性员工补偿及安置费用，以及下半年已确认的政府补助和出售土地权益所得溢利的影响后，实现未计利息及税项前盈利为63.44亿元，同比增长2.9%。

小鹏汽车去年总收入超400亿元 毛利率稳步提升

■本报记者 刘剑

3月18日晚间，广州小鹏汽车科技有限公司(以下简称“小鹏汽车”)公布2024年财务报告。

公司多项核心指标创历史新高，展现出强劲增长势头。

财报显示，2024年，小鹏汽车共交付新车19.01万辆，同比增长34.2%。公司全年总收入达408.7亿元，同比增长33.2%；全年毛利率为14.3%，按年上升12.8个百分点。此外，2024年小鹏汽车实现大幅减亏。公司净亏损由2023年的103.8亿元大幅缩减至2024年的57.9亿元。截至2024年12月31日，公司现金及现金等价物、受限制现金、短期投资及定期存款为人民币419.6亿元(57.5亿美元)。小鹏汽车销售网络持续扩张，截至2024年末，拥有共计690家门店，覆盖226座城市。小鹏汽车自营充电站网络进一步扩展至1920座充电站，包括928座小鹏S4及S5超快充站。

2024年第四季度，小鹏汽车共交付新车9.15万辆，较2023年同期的6.02万辆增长52.1%，创下单季度交付量历史新高。2024年第四季度，小鹏汽车总收入为161.1亿元，同比增长23.4%，环比增长59.4%。2024年第四季度汽车毛利率重回双位数达10%，较2023年同期增长5.9个百分点，并实现连续六个季度增长。

“2024年第四季度一系列亮眼的成绩，充分验证了公司规模化、体

“喜力”在高基数的情况下仍取得近两成增长，“老雪”、“红爵”实现翻倍增长，高端产品“醴”销量同比增长34%。同时，公司次高档及以上啤酒及核心产品的整体销量均实现了同比增长，中档及以上啤酒销量占比首次超过50%。

2024年，在行业深度调整的背景下，华润啤酒的白酒业务实现营业额同比增长4.0个百分点至21.49亿元，成本控制取得显著成效，产品盈利能力不断增强，带动毛利率同比增长5.6个百分点至68.5%。公司聚焦大单品战略，高端大单品“摘要”销量同比增长35%，贡献白酒业务营业额超70%，扣除下半年政府补助，公司白酒业务未计利息、税项、折旧及摊销前盈利同比增长接近8%至8.47亿元。

伴随着公司“啤白”双业务的稳健发展，华润啤酒的“造血能力”也在持续增强。报告期内，公司经营产生的现金流入净额在2024年达到69.28亿元，同比增长67.0%，创下近五年新高。

充足的现金流，充分体现了华润啤酒的业务价值创造能力，为股东回报提供了坚实基础。报告期内，公司拟派发末期股息每股0.387元，加上2024年上半年的中期股息每股0.373元，2024年度的每股股息总额达到0.760元。

小鹏汽车去年总收入超400亿元 毛利率稳步提升

系化能力的蜕变。我们已经做好充足的准备，大幅扩张在中国和全球智能电动汽车行业的市场份额。”小鹏汽车董事长及首席执行官何小鹏表示，“AI会驱动汽车行业加速实现L3级和L4级自动驾驶。我们将把小鹏汽车打造成面向全球的AI汽车公司，成为全球用户喜爱的智能科技品牌。”

“随着销量创下新高和技术降本持续突破，我们的汽车毛利率进一步提高至10%，实现连续6个季度的持续改善。公司毛利率稳定在中双位数水平。”小鹏汽车副董事长及联席总裁顾宏地表示，“2025年，将会有更多强劲新品推出，让我们有信心在坚持技术研发的同时，持续改善盈利水平和自由现金流。”

对于2025年新车交付情况，据公司预测，第一季度交付量将达9.10万辆至9.30万辆，同比增长317%；总收入预计为150亿元至157亿元，同比增幅达129%以上。

中国欧洲经济技术合作协会智能网联汽车分会秘书长林示对《证券日报》表示，小鹏汽车2024年的业绩可概括为“规模扩张与效率提升并举”。在电动车行业竞争白热化的背景下，通过爆款车型、技术降本和全球化布局，小鹏汽车实现了收入与交付量的双突破，毛利率持续改善则验证了经营效率的优化。然而，亏损压力仍未完全消除，需进一步平衡研发投入与盈利目标。