

光伏行业

下半年需求将持续改善

□本报记者 刘杨

光伏板块上市公司交出了靓丽的“中考”答卷。据Wind数据统计,在A股55家光伏概念上市公司中,48家公司上半年实现盈利,占比高达87%。其中,37家公司实现净利润同比增长。

业内人士指出,受四季度“抢装潮”等因素影响,下半年光伏行业需求将持续改善。

6家公司净利超10亿元

Wind数据显示,在上述55家光伏概念公司中,37家公司上半年实现净利润同比增长,18家公司净利润同比下降。隆基股份、正泰电器、通威股份、特变电工、山煤国际和晶澳科技6家公司净利润均超过10亿元。

单晶硅龙头隆基股份上半年实现营收201.41亿元,同比增长42.73%;归属于上市公司股东的净利润为41.16亿元,同比增长104.83%。公司表示,核心产品单晶组件和硅片销量同比大增。销售数据显示,上半年隆基股份单晶硅片出货39.58亿片。其中,外销24.69亿片。电池组件出货超过7.1GW,相比去年同期大幅增加。

从净利润增幅看,净利润同比增幅超过100%的公司有13家,亚玛顿、岱勒新材、三超新材等材料类企业表现亮眼。

亚玛顿净利润同比增幅居前。上半年,亚玛顿实现净利润4047.83万元,同比增长619.33%;实现营收7.42亿元,同比增长43.46%;基本每股收益为0.25元。亚玛顿表示,双玻组件市场需求不断提升,公司凤阳窑炉投产原片玻璃供应稳定,使得超薄光伏玻璃销量较去年同期大幅增长。

隆基股份、晶澳科技、天合光能等组件企业业绩表现不俗,净利润同比增幅均在六成以上。

上半年天合光能实现营收125.46亿元,同比增长16.56%;归属于上市公司股东的净利润为4.93亿元,同比增长245.81%。对于业绩增长的主要原因,公司表示,光伏组件销量增加,尤其是海外市场高毛利组件销售显著增长。今年上半年,公司实现出货5840MW,较2019年同期增长37%。其中,北美地区出货1071MW,增幅超过238%;欧洲地区出货1720MW,同比增长60%;拉美地区出货508MW,同比增长162%。

下半年将迎装机高峰

上半年,头部光伏企业大规模扩产。隆基股份、天合光能、晶澳科技、东方日升、通威股份等行业龙头均提及了扩产项目落地以及产能规划内容。

通威股份在半年报中指出,随着下游硅片企业新增产能如期释放,高纯晶硅供应愈发紧张,价格明显上扬。公司将顺应市场需求,继续保持满负荷生产。目前公司高纯晶硅月产量已超过8000吨,产能持续提升,消耗指标持续下降,单晶料占比95%以上,并能实现N型料的批量供给。在建的乐山二期和保山一期项目合计超过8万吨产能预计将于2021年建成投产,进一步扩大公司高纯晶硅的竞争优势。

部分光伏企业业绩大幅下滑。其中,中利集团营收与净利润均为负增长,且净利润同比下降2100%。中利集团表示,受疫情影响,报告期内公司及上下游产业链遭遇较长时间的停工停产,原材料采购、员工返岗、销售业务均受到一定影响,但员工薪酬、固定资产折旧、财务成本等费用需正常支出,导致公司上半年业绩未得到体现。不过,公司对年度经营目标及未来发展充满信心。

展望下半年,业内普遍认为抢装潮来临将持续改善行业需求。中国光伏行业协会秘书长王勃华表示,上半年光伏行业表现不错。在竞价、平价、户用等项目驱动下,下半年国内光伏市场将实现恢复性增长,四季度有望迎来装机高潮。

海外光伏市场也在复苏。东方日升表示,随着海外市场陆续解封和复工复产的推进,海外光伏需求恢复程度远超市场预期。长江证券最新研报指出,光伏海外市场需求呈现加速复苏迹象,结合国内组件出口及海外主要地区装机情况,今年海外市场装机规模预测至85GW-90GW。

阿里健康APP 更名为“医鹿”

□本报记者 傅苏颖

阿里健康APP日前悄然升级更名为“医鹿”。阿里健康9月3日在其官方微博上宣布:“我们换装了,这仅仅是开始。”

这预示“医鹿”将进一步强化其在医生质量和运营能力方面的核心竞争力。此前,阿里健康对入驻医生均有严格的资质审核,同时制定了严密的线上问诊服务规范与评价体系,以确保服务质量和用户体验。

如何帮助用户在互联网搜索医疗健康问题时少受侵扰等问题?“医鹿”的做法是,将搜索框设置在了新版APP头部位置,同时搜索结果中的健康内容,均来自夸克搜索的智能信息聚合。“医鹿”相关负责人表示,希望基于夸克搜索,给用户提供更纯净、智能、高效的医疗内容搜索服务,“用户和患者的时间每分每秒都很宝贵,不能浪费,更不能浪费。”

“医鹿”是一个以患者需求为核心的创新性互联网医疗平台。在疫情防控常态化的背景下,患者在线就医的需求凸显。“医鹿”将持续聚焦用户的就医痛点,深耕服务质量,全面优化用户体验,提供更优质的专业医疗服务。”上述负责人表示。

目前,“医鹿”围绕用户常见的医疗需求,为用户提供线上问诊、挂号、疫苗、体检预约和药品配送等互联网医疗健康服务。同时,基于阿里集团大健康版图的深度协同,“医鹿”集结淘宝、支付宝、UC、夸克等众多业务板块的优势,全面满足不同用户的健康咨询需求。

通过司法途径实现价值重构

上市公司破产重整案例增多

□本报记者 于蒙蒙

近期上市公司破产重整数量呈现上升态势。截至9月3日,今年以来已有11家上市公司被债权人申请重整,近两个月就有5家上市公司披露重整事项。

一位资深重整管理人坦言,参与重整的中介呈现“冰火两重天”态势,大机构参与规模较大重整案件应接不暇,一时感到人员捉襟见肘;二三线机构受制于经验不足等方面问题,仅能参与本地区的小规模重整,且收益有限。

数量增多

近两个月来,上市公司重整案例数量明显增多。ST中孚、*ST恒康、*ST索菱、*ST贵人、永泰能源5家上市公司被债权人申请破产重整。上半年则涉及*ST天娱、天广中茂(现为“天茂退”)、*ST安通、*ST华讯、*ST雅博、*ST宝实、*ST力帆6家上市公司。

重整均为债权人发起。以*ST贵人为例,公司8月12日晚披露,收到债权人泉州奇皇星五金制品有限公司的通知书,因公司不能清偿到期债务,并且明显缺乏清偿能力,奇皇星公司已向法院提出对公司进行重整的申请。

有的债权人与上市公司重要股东系关联方。*ST索菱8月21日晚公告称,因公司不能清偿到期债务且明显缺乏清偿能力,债权人建华建材已于8月21日向广东省深圳市中级人民法院申请对公司重整。建华建材与持有公司表决权第一大股东中山乐兴企业管理咨询有限公司(简称“中山乐兴”)的实际控制人同为许培锋,中山乐兴执行董事、总经理王刚为建华建材董事长。

今年以来,有14家上市公司的控股股东被申请重整,其中北大方正集团有限公司(简称“方正集团”)引人关注。今年2月19



*ST厦工重整完成后面貌焕然一新,上半年扭亏为盈。

本报记者 于蒙蒙 摄

日,北京一中院裁定受理北京银行股份有限公司提出的对方正集团进行破产重整的申请,指定由人民银行、教育部、相关金融监管机构及北京市有关职能部门等组成的清算组担任方正集团管理人。

有的上市公司重整案被拒,法院裁定不予受理申请人对被申请人的破产重整申请。如2020年4月17日,*ST龙力收到法院的《民事裁定书》,认为*ST龙力系上市公司,债权人至今未能提供除《企业破产法》第八条规定的材料外的相关部门的材料和意见,因此不予受理申请人对*ST龙力的破产重整申请。

中介忙忙

《企业破产法》自2007年6月1日起施行至今已13年,陆续有60多家上市公司重整获得成功。中国证券报记者梳理发现,去年共有14家上市公司被申请重整,今年以来已有11家上市公司被申请重整。

业内人士称,今年以来上市公司重整案件如此密集,与各级政府贯彻落实“供给侧结构性改革”和“六稳六保”有密切关系。重整企业获得再生后,有机会充分发挥出更多优势。

“六稳六保,这是今年破产重整案中爆发的宏观政策背景。金融要扶持实体经济,使得一批具有重整价值的企业得以通过司法重整实现价值重构。”曾主持过多家上市公司破产重整案的资深人士游念东指出,破产法的地位越来越高,重整制度的普及和深化是我国营商环境不断改善

的标志。2016年以来,最高法院大力推动地方法院设立破产庭,企业破产法的广泛应用造就了一批专业的法官队伍,也培育了一批有办理破产法业务经验的中介机构。中介队伍成熟壮大助推上市公司重整业务的发展。

游念东告诉中国证券报记者,今年以来多地法院裁定受理上市公司重整案似有放宽迹象。以*ST天娱为例,该公司没有业内公认的适合放行破产重整的“特殊元素”,比如有国资成份、所在产业关系国计民生重大、债权金额巨大等。*ST天娱能够获得重整机会,说明适格上市公司如果不触碰大股东违规占款或类似“红线”,重整申请应该不会有太多程序障碍。

“科创板和创业板实施注册制,退市进入常态化。”国内某大型律师事务所常年从事重整业务的律师张燕(化名)告诉中国证券报记者,相关上市公司可以抓住这个窗口期,尽快重整真正“活过来”。

对于中介机构而言,资深机构忙于少数重整大项目,无暇他顾。游念东指出,参与重整项目的中介机构存在“冰火两重天”的局面。对于重整大案,当地政府或法院通常选用传统的几家机构,其收费自然也不菲。而众多案值较小的重整项目,甚至存在连清算费用都不能及时收取的现象。“上市公司重整‘门槛’高,是因为存在信披管理严格和启动程序繁琐两方面因素。”

获得新生

中国证券报记者注意到,今年以来已

酒企备战消费旺季

中高端白酒市场大放异彩



新华社图片

-250元/瓶价格带的酒提价接近20%,目前处于有价无货的情况。市场缺货加上临近中秋,价格预计会持续走高。”

酒厂积极性高

开源证券食品饮料行业首席分析师张宇光表示,三季度是酒厂能否顺利完成全年销售目标的重要时点。目前酒厂的积极性和紧迫性高,对三季度较往年更加重视。

9月2日水井坊发布了涨价函。水井坊将核心战略产品臻酿八号(中/低度)每瓶提价20元,调整后的市场建议零售价分别为中度八号468元/瓶,低度八号为458元/瓶。

7月,国窖停货调价政策组合拳频出;8月,国窖允许各经销商及终端使用合格价格发票兑换配额,严控开票流程,防止窜货,提价决心强烈;9月10日起,全国国窖经典装算价上调40元/瓶。国金证券食品饮料行业研究员刘宸倩认为,量价平衡有效把控,产品渠

道库存周期在1个月左右,终端动销旺盛。泸州老窖的挺价提振了经销商的信心,打款积极性高涨,中秋国庆旺季有望实现放量增长。

顺鑫农业的牛栏山是“光瓶酒”的代表。中国证券报记者了解到,牛栏山销量逐步恢复,经销商的打款情况“总体恢复不错”。

化解渠道压力

酒企除了旺季挺价,有的企业着力线上线下一体化促销,库存进一步降低。

自8月15日起,洋河股份“洋河中秋礼,浓烈国货情”活动全国同步上线,消费者只需在指定门店购买整箱装梦之蓝M3、海之蓝、天之蓝或双沟珍宝坊“君坊”,即可参与“在线支付抽奖”或“开箱抽奖”,综合中奖率达100%。谈及今年中秋促销活动的变化,洋河股份CIO余腾江对中国证券报记者表示,这是行业内第一家在终端层面“在线支付”终端激励。

开源证券认为,名酒企业渠道秩序管理进一步提升,白酒价格稳中向上。在此基础上,名酒通过抢占市场份额、优化渠道结构等,实现既定目标的确定性增强。

苏宁易购数据显示,中高端白酒迎来销售热潮,茅台、五粮液、洋河、习酒、郎酒成为苏宁易购平台热销品牌top5。飞天茅台、茅台鼠年生肖酒、贵州茅台猪年生肖酒、五粮液52度等单品销售火爆。近一周来,酒类买家数同比增长35%。白酒消费者年龄主要分布在31-36岁和37-46岁两个年龄段之间,80后依然是消费主力军。

□本报记者 潘宇静

临近“中秋”“国庆”销售旺季,白酒企业动作频频,有的企业忙备货,有的企业忙挺价,有的企业加大促销力度。在终端市场,茅台系列酒依旧受到市场热捧,中端白酒市场大放异彩。

中端白酒热销

中秋节、国庆节被视为白酒企业一年中最后的销售旺季。一家经营规模较大的白酒经销商人士对中国证券报记者表示,茅台系列酒、140元-250元/瓶价格带、700元-1000元/瓶价格带的白酒销售行情突出。其中,增长最明显的是每瓶140元-250元之间的白酒。

白酒通常可分为高端白酒(价格高于600元/瓶)、次高端白酒(300-600元/瓶)、中端白酒(100-300元/瓶)和低端白酒(价格低于100元/瓶)四个层次。

茅台53度、五粮液52度和国窖1573属于高端白酒。9月3日,53度飞天茅台的一批价在2750元-2800元/瓶之间。上述经销商称,高端酱酒同样呈现走高的态势。不少单品面临停产,出现物以稀为贵预期下的上涨。以茅台系列产品为代表的酱酒持续受到热捧,飞天茅台一批价持续走高,为酱酒的价格和热度打开了上升空间。

100元-300元/瓶价格带的酒厂主要集中在省级龙头企业,比如口子窖、今世缘、金徽、伊力特等。上述经销商表示:“140元