

快递企业备战“双十一” 四季度盈利有望加速修复

日前,2022天猫“双十一”预售正式开启,预售开启4小时内,预售总金额上亿元。在各大电商平台订单量暴增的带动下,快递量也大幅增加,各大快递企业在运力等多方面做好准备,着力提升运送效率和质量。业内人士表示,快递业开始进入盈利修复期,看好旺季行情及中长期量价成长性。



新华社图片

● 本报记者 金一丹 见习记者 常芷若



提升物流效率

“自‘双十一’预售开启后,快递量就开始大量增加了。”在北京市西城区白纸坊附近的快递网点,正在分拣包裹的某通达系快递员张军告诉中国证券报记者,“快递时效不会因为‘双十一’大促而降低,10月以来,公司快递员数量增补很多,每人每日派送次数也增加了。”

为争夺旺季市场先机,各大快递企业纷纷在“双十一”大促前进行业务升级。申通快递表示,“双十一”期间将增加超过3000名专职按需配送服务人员,在上海、杭州、武汉、广州、南京等30个网购活跃的城市推出“用心随心选、申通用心送”的按需配送服务,消费者在平台下单时可选择收货方式,对于需要上门且推送给申通快递的订单,申通快递会主动与客户规范化电联,并按照要求送货上门让用户签收。此外,为了迎接“双十一”,沈阳、廊坊、重庆、郑州、济南、青岛等

一大批核心城市枢纽赶在大促之前陆续投入运营。

圆通速递、中通快递与抖音电商平台合作,签署“兜底保障”协议,承诺在保障期间为商家提供优质的物流履约服务,并为新老合作商家提供更多的快递服务权益,包括赔付兜底、优先揽送、价格保障、专属客服等。此外,圆通速递承诺在保障期间,针对订购圆通速递客户管家的新商家(3个月内未使用过圆通速递进行发货)按单进行补贴,最高每单返利0.2元。

顺丰控股上线了保价服务2.0版,为客户提供多场景多维度的保价服务。据悉,升级后的保价服务体系包含“足额保”“定额保”“基础保”三大产品。新推出的保价产品不仅足额保价,全部丢损可全额赔付,即“保多少赔多少”,赔付时效和周期也会大幅缩短,从客户申请理赔到完结最快12小时赔付到账。

阿里巴巴旗下菜鸟裹裹CEO万霖表示,“双十一”物流已经不能满足于

消化快递峰值规模,将更注重提供有品质的物流服务。菜鸟裹裹在“双十一”期间招募了10万短期运力,加大送货上门,打造有品质感的天猫“双十一”物流体验。

提振盈利水平

服务质量不断提升的同时,快递企业业务量也稳中有升。10月27日,国家邮政局公布的2022年9月邮政行业运行情况显示,今年前三季度,全国快递服务企业业务量累计完成800.1亿件,同比增长4.2%;业务收入累计完成7688.9亿元,同比增长3.5%。其中,9月全国快递服务企业业务量完成97.1亿件,同比增长2.8%;业务收入完成924.6亿元,同比增长0.3%。

从快递企业陆续发布的9月经营数据来看,各家公司盈利水平正逐步提升。9月,申通快递、顺丰控股、圆通速递完成业务量分别同比增长22.63%、8.73%、7.62%;申通快递、顺丰控股、圆通速递、韵达股份快递服务业务收入分别同比增长41.37%、35.92%、19.09%、13.25%;韵达股份、申通快递、圆通速递快递服务单票收

入分别同比增长22.90%、15.64%、10.65%。

行业支持政策频出,进一步助推快递行业发展。国务院常务会议指出,确定强化交通物流保通保畅和支持市场主体纾困政策,支撑经济平稳运行。在第四季度,将收费公路货车通行费减免10%,对收费公路经营主体给予定向金融政策支持,适当降低融资成本。

中银证券表示,通行费减免有利于改善公路货运行业生存状况,减轻货车司机、货运企业成本负担,有利于减少行业经营成本压力,提升盈利空间。

中邮证券表示,随着“双十一”网购大促的临近,快递行业的旺季即将来临,快递行业将呈现量价齐升、旺季更旺的特征。

国海证券表示,快递行业量、价、成本三方面均有可展望空间,头部企业盈利能力有望保持稳中有升。

浙商证券认为,四季度网购消费及电商去库存需求将推动快递业业务量高增,同时旺季提价带来量价双升、景气抬升。在价格修复以及政策利好下,快递业开始进入盈利修复期,看好旺季行情及中长期量价成长性。

新能源汽车业务增长强劲 比亚迪前三季度净利同比增281.13%

● 本报记者 李媛媛

汽车市场。

加快海外市场布局

今年以来,比亚迪持续推进国际化战略布局。10月26日比亚迪发文称,近日与巴西最大的经销商集团Saga在巴西利亚开设了首家门店,预计到2023年底将在巴西设立100家门店。比亚迪在巴西已经推出了豪华纯电SUV唐EV、纯电轿车汉EV以及D1等车型,并于近期开展混动车型宋PLUS DM-i的预售。

第三季度净利环比增长105%

比亚迪第三季度业绩增长强劲,实现营收1170.81亿元,同比增长115.59%;归母净利润为57.16亿元,同比增长350.26%。

今年上半年,比亚迪归母净利润为35.95亿元,这意味着,第三季度归母净利润为上半年的1.59倍,同时也远超去年。按今年第二季度归母净利润27.87亿元计算,比亚迪第三季度归母净利润环比增长105%。

对于前三季度业绩大幅增长,比亚迪表示,主要是新能源汽车业务收入增加所致。比亚迪在前三季度业绩预告中表示,公司新能源汽车销量保持强劲增长,持续创下历史新高,市场占有率遥遥领先并持续强化,推动盈利大幅改善,有效地缓解了上游原材料价格上涨带来的盈利压力。

今年以来,比亚迪新能源汽车销量不断走高,连续7个月销量超10万辆。其中,9月销量突破20万辆大关,今年1-9月销量达118万辆,超过特斯拉。

依靠前三季度90.9万辆的全球交付量,比亚迪夺得前三季度全球新能源汽车销量冠军宝座。此外,比亚迪已完成全年销量目标的79%,领先于其他车企。

对于比亚迪归母净利润持续增长,东方财富证券表示,比亚迪规模效应凸显,成本被持续增长的销量所摊薄,同时,高附加值车型销量持续增长。公司在第三季度以超市场预期的净利润引领新能源

汽车市场。

今年以来,比亚迪持续推进国际化战略布局。10月26日比亚迪发文称,近日与巴西最大的经销商集团Saga在巴西利亚开设了首家门店,预计到2023年底将在巴西设立100家门店。比亚迪在巴西已经推出了豪华纯电SUV唐EV、纯电轿车汉EV以及D1等车型,并于近期开展混动车型宋PLUS DM-i的预售。

此外,仅9月,比亚迪就相继签订多个海外合作协议。9月8日,比亚迪与WHA伟华集团大众有限公司签约,首个海外乘用车工厂落地泰国;9月28日,比亚迪与马来西亚森那美签订合作协议,推动马来西亚新能源汽车产业的发展。同日,比亚

90.9万辆

依靠前三季度90.9万辆的全球交付量,比亚迪夺得前三季度全球新能源汽车销量冠军宝座。

迪召开新能源乘用车欧洲发布会,面向欧洲市场推出三款新车型,包括汉、唐及元PLUS。比亚迪表示,今年年底还将进一步开拓法国和英国市场,为当地消费者提供高品质新能源汽车及配套设施。

海通国际表示,看好比亚迪从第四季度起在欧洲乘用车市场快速放量,将为业绩带来新的增长动力。

华鑫证券表示,比亚迪未来有望推出更高端品牌,实现品牌力进一步自下而上逐级突破。随着未来高端品牌落地,公司有望实现十万至百万级别车型全面覆盖,带动公司销量及品牌力持续提升。

比亚迪对于未来销量也做出了积极的预测。在今年中报业绩说明会上,比亚迪董事长王传福表示,2023年比亚迪的年度销量目标为400万辆起。

受益销售规模扩大 隆基绿能前三季净利同比增45.26%

● 本报记者 何昱璞

研发中心。

10月28日晚,隆基绿能发布2022年三季度报。前三季度,公司实现营业收入870.35亿元,同比增长54.85%;归属于上市公司股东的净利润为109.76亿元,同比增长45.26%;基本每股收益1.45元/股,同比增长43.56%。其中,第三季度公司实现营收366.18亿元,同比增长73.48%;净利润为44.95亿元,同比增长75.4%。

前三季度硅片出货量超60GW

财务数据显示,2022年前三季度,隆基绿能经营活动产生的现金流量净额205.01亿元,同比大幅增长338.23%,主要原因是公司产品销售规模扩大、销售回款持续向好以及预收货款增加。

隆基绿能此前披露的前三季度主要经营情况显示,公司积极适应市场需求和产业链变化,灵活调整经营策略,今年1-9月,主营产品出货量持续增长,实现单晶硅片出货量超60GW、单晶硅组件出货量超30GW。

在光伏行业竞争时期,公司拥有更强的周期穿越和研发投入能力。2021年至今,隆基绿能已连续11次打破多种电池转化效率的世界纪录,保持行业领先的研发优势和先进成果产业化能力。2012年至2022年6月,隆基绿能累计研发投入超160亿元。

今年7月,被誉为“光伏大脑”的隆基中央研究院正式投用,这也是目前全球技术水平最先进的电池

业人士表示,相较于其他光伏企业近两年扩产贡献业绩,隆基绿能早在2018年左右就前瞻性地布局新产能并不断研发迭代,坚持“不领先不扩产”的原则,在产业高速发展红利期占据优势,营业收入连年两位数高增长。

新技术电池即将发布

今年9月,隆基绿能西咸乐叶年产15GW高效单晶硅电池项目正式投产,标志着新型电池技术HPBC进入量产阶段。

据了解,HPBC电池技术是隆基绿能首创,为分布式应用场景带来较高的价值,具有核心密集科技的“护城河”优势。在隆基绿能特双龙头品牌优势加持下,HPBC技术组件始终备受行业关注。隆基绿能表示,单晶硅电池的转换效率为29.4%,实验室极限效率为28%,量产效率为26%-27%。HPBC相较其他新电池技术,转换效率空间较大,且具有良好的外观和较高的转化效率。记者从隆基绿能了解到,公司HPBC电池产品将在11月初发布。

据隆基能源研究院预测,到2030年,全球新增光伏装机量将达到1500GW-2000GW,且连续安装30年才能对全球能源转型形成有效支撑,进而为实现全球碳中和奠定基础。这一装机规模相当于2021年新装机量的10倍。隆基绿能总裁李振国表示,阶段性产品过剩是存在的,但先进产能不会过剩且供不应求,隆基始终坚持“不领先不扩产”,新技术需对控制成本有贡献。

苹果三季度实现营收901亿美元

产业链公司业绩总体向好

● 本报记者 张兴旺

10月28日,苹果公司发布2022财年第四财季(2022年三季度)财报。三季度,苹果营业收入为901.46亿美元,同比增长8.15%;净利润为207.21亿美元,同比增长0.83%。

从A股苹果产业链公司来看,三季度,立讯精密、鹏鼎控股、欣旺达、德赛电池、信维通信、环旭电子、安洁科技、东山精密等多家实现归母净利润同比大幅增长,业绩总体向好。

手机业务收入增长

分产品来看,三季度,iPhone手机业务收入426.26亿美元,同比增长9.67%,占苹果收入的比重为47.29%。9月,苹果发布了iPhone 14系列。苹果CEO库克表示,苹果在手机销售方面的表现依然强劲,但公司高端手机iPhone 14 Pro系列供应受到影响。

三季度,在全球前五名手机厂商中,只有苹果实现出货量同比正增长。10月28日,市场研究机构Strategy Analytics发布报告称,三季度,苹果iPhone手机全球出货量为4900万台,同比增长6%,市场份额为16%,排名全球第二。在iPhone 14 Pro系列带动下,苹果三季度业绩可观,但市场对iPhone 14的需求趋弱。

此外,三季度,Mac电脑业务收入为115.08亿美元,同比增长25.39%;iPad平板业务收入为71.74亿美元,同比下降13.06%;可穿戴设备、家居产品及配件业务收入为96.50亿美元,同比增长9.85%;服务业务收入为191.88亿美元,同比增长4.98%。

值得注意的是,三季度,苹果大中华区收入为154.70亿美元,同比增长6.23%。

苹果iPhone 14 Pro系列在中国手机市场受到消费者追捧,拉动苹果iPhone销量增长。10月27日,市场研究机构CINNO Research数据显示,9月苹果iPhone以约460万台的销量重回中国市场第一,同比增长26.8%,环比增长68.4%。对于原因,CINNO Research称,主要得益于苹果新品iPhone 14系列上市以及iPhone 13系列持续良好的市场表现。

CINNO Research认为,苹果依靠在品牌、软硬件、生态等方面优势,不仅在高端手机市场占据优势,而且通过更多价格段的产品组合,逐渐在出货量上迈入快速增长通道。

产业链公司业绩受益

从A股苹果产业链公司来看,东方财富Choice数据显示,截至10月28日18时,有88家苹果产业链公司披露三季报,前三季度实现归母净利润同比增长的公司有57家。其中,增幅超过30%的公司有34家。从三季度来看,苹果产业链龙头公司业绩向好。中国证券报记者梳理发现,三季度,立讯精密、鹏鼎控股、欣旺达、德赛电池、信维通信、环旭电子、安洁科技、东山精密等多家三季度实现归母净利润同比大幅增长。

业内人士表示,三季度,由于苹果新品提前发布一周左右,新品备货时间提前,多家苹果产业链龙头公司归母净利润实现高增长。立讯精密是苹果重要供应商。三



视觉中国图片

季度,立讯精密实现归母净利润26.16亿元,同比增长63.47%。鹏鼎控股是PCB(印制电路板)行业龙头公司,苹果是其大客户。三季度,鹏鼎控股实现归母净利润18.38亿元,同比增长75.93%。招商证券表示,相比去年同期,鹏鼎控股大客户新品备货占比提升,带来毛利率的改善。

欣旺达和德赛电池是苹果产品电池供应商。三季度,欣旺达实现归母净利润3.16亿元,同比增长504.79%;德赛电池实现归母净利润2.98亿元,同比增长34.09%。招商证券称,德赛电池三季度业绩超预期,主要原因是A客户(苹果)新品备货和电动工具等业务需求较佳及汇兑收益。

新机备货结构有望继续调整

西部证券称,虽然iPhone 14 Pro

系列出货量大增,但普通机型iPhone 14和iPhone 14 Plus机型市场冷清。今年是苹果近年来手机结构变化最大的一年,预计iPhone 14系列出货量仍能够保持在8000万台至9000万台。

华泰证券认为,进入四季度,考虑到iPhone 14普通款机型升级不大,后续需求乏力,四季度消费电子产业链公司业绩存在挑战。

中信证券称,基于目前iPhone 14系列预约情况及发货周期情况,预计后续苹果或调整备货结构,有望调高iPhone 14 Pro系列备货比例,供应链相关公司有望受益新机备货结构调整。

市场研究机构集邦咨询发布研报称,iPhone 14 Pro系列两款手机生产比重已由初期计划的50%提升至60%,未来不排除持续上调至65%。整体来看,2022年苹果iPhone出货量目标仍为2.4亿台,同比增长2.8%。