

2023年归母净利润超211亿元 紫金矿业矿产铜突破百万吨

●本报记者 罗京

3月22日晚间，紫金矿业发布2023年年报。报告期内，公司实现营业收入2934.03亿元，同比增长8.54%；归母净利润为211.2亿元，同比增长5.38%；经营活动产生的现金流量净额为368.60亿元，同比增长28.53%。公司拟每10股派发现金红利2元（含税）。

紫金矿业董事长陈景河表示，2024年是公司新“五年计划”的首战之年。公司将在2023年较高基数基础上，2024年计划矿产铜111万吨，矿产金73.5吨，较2023年产量分别上涨10%、9%。同时，公司新兴的锂板块将开始贡献产量，2024年计划当量碳酸锂产量2.5万吨。

矿产铜实现历史性突破

紫金矿业是大型跨国矿业集团，在全球范围从事铜、金、锌、锂、银、钼等金属矿产资源勘查、开发和矿业工程研究、设计及应用等。公司拥有超30座大型、超大型矿产资源开发基地。

重大突破，成为中国及亚洲唯一矿产铜产量突破百万吨大关矿企，位居全球前五。公司矿产铜1007290吨，同比增长11.13%。根据中国有色金属工业协会数据，2023年中国实现矿产铜161.9万吨，公司矿产铜相当于中国总量的62%左右。

2023年，公司矿产金67.7吨，同比增长20%；矿产锌（铅）46.7万吨，同比增长3%；矿产银412吨，同比增长4%。截至2023年底，公司持有资源量铜约7455.65万吨、金约2997.53吨、锌（铅）超1067.77万吨、银14739.29吨、当量碳酸锂1346.59万吨。

紫金矿业表示，2023年，全球有色金属市场分化加剧，受地缘政治冲突等因素影响，黄金价格持续偏强，再创历史新高。世界黄金协会数据显示，2023年全球黄金需求同比增长3%至4899吨，刷新2022年创下的历史纪录。

铜价方面，新能源需求持续强劲，且供应扰动频发，铜价表现相对坚挺。2023年初，铜价创下本年度最高值。随后，铜价中枢波动下移。年末，美国通胀和就业数据均出现明显放缓，叠加海外矿端供应干扰明显增多及库存持续回落，铜价运行

重心有一定反弹。“锂从‘小金属’过渡成为‘大金属’，2023年全球需求量突破100万吨，产值超过400亿美元，超过锂等工业金属。”紫金矿业表示，随着资源供应逐步释放，新能源车需求趋于平稳，锂价从60万元/吨回调至10万元/吨。

重构有色金属价格驱动逻辑

展望后市，陈景河判断，得益于全球“双碳”政策驱动，人工智能蓄势爆发，铜、锂等矿产市场更加成熟；黄金保值属性更加凸显；矿产资源仍是新能源时代最重要的物质基础，未来大有可为。

黄金方面，紫金矿业表示，2024年美联储货币政策大概率转向宽松，从历史上看，美联储降息周期黄金总体表现强劲，但美联储降息的速度、幅度存在不确定性。

紫金矿业认为，2024年铜价整体仍会呈现宽幅震荡态势。“2024年初，全球多家头部矿企下调产量规划，对短期市场产生冲击，铜精矿加工费指数快速回落，部分冶炼厂面临原料供应短缺。从需求端看，能源转型目标支持

电力需求快速增长，同时新质生产力需求驱动，新基建项目规划不断，但居民消费相关的汽车、地产等传统主力需求有待提升。”

锂市场方面，紫金矿业研判，短期将步入相对平稳期。锂供应的自我调节能力较强，不乏优质锂资源项目提前启动减产、缓产，以实施保价。总体看，上游产能出清周期可能拉长，锂价在10万元/吨的水平将有较强黏性。

“在本轮产能出清周期中，成本控制、供应链管理将尤为关键。”紫金矿业表示，公司拥有世界级锂资源储备，规划至2025年形成12万-15万吨当量碳酸锂产能。公司锂项目并购及运营成本总体较低，未来将成为全球有重要影响的锂企业之一。

此外，2024年锌市仍趋于紧平衡状态，矿企成本支撑锌价底部，预计锌价震荡小幅上行。

总体看，紫金矿业表示，作为周期性行业，有色金属品种的价格驱动逻辑正经历变革和重构，矿业公司估值逻辑向新方向演变，“追求安全”替代“追求效率”成为全球经济发展新趋势。

高水平回报投资者 中国神华拟分红449亿元

●本报记者 刘畅

3月22日晚间，中国神华披露年报。2023年，中国神华净利润达596.94亿元，拟分红449.03亿元，占2023年度归属于公司股东净利润的75.2%，而2022年该比例为72.8%。这意味着中国神华上市以来累计分红金额将高达4161.03亿元。

截至22日收盘，中国神华股价上涨0.72%，报37.94元/股。

分红比例达到75.2%

年报显示，中国神华2023年归属于母公司所有者的净利润596.94亿元，同比减少14.29%；营业收入3430.74亿元，同比减少0.42%。

公司拟向全体股东派发2023年度末期股息每10股22.6元（含税），拟派发现金总额449.03亿元，占2023年度中国企业会计准则下归属于公司股东净利润的75.2%。2022年度该数据为72.8%。

中国神华表示，为切实落实现金分红监管要求，充分回应投资者合理诉求，公司从“以投资者为本”原则出发，持续高水平回报投资者。

按照公司现金分红政策，中国神华每年以现金方式分配的利润不少于分配基数的35%。经公司2022年第一次临时股东大会批准，中国神华2022年-2024年每年以现金方式分配的利润不少于当年归属于公司股东净利润的60%。若算上本次449.03亿元的分红，中国神华自2007年上市以来累计分红将高达4161.03亿元。

根据Wind数据统计，2007年至2022年，中国神华累计净利润为6088.94亿元，累计分红高达3712亿元。这意味着，中国神华拿出超过一半的利润用来分红。

煤炭供需将偏宽松

中国神华是世界领先的以煤炭为基础一体化能源公司，是我国最大的煤炭生产企业和销售企业，主营业务包括煤炭、电力的生产和销售；铁路、港口和船舶运输；煤制烯烃等业务。

对于2023年营业收入下降的原



新华社图片

因，中国神华表示，受煤炭市场供求关系影响，公司煤炭销售价格同比下降9.3%，煤炭销售收入有所下降；同时，公司航运业务收入同比下降。

2023年，公司营业成本同略略有增长。中国神华表示，主要由于外购煤销售量及其采购成本增长；受检修计划影响，铁路检修较多。

展望2024年，中国神华认为，煤炭市场供需将向偏宽松方向发展，煤炭价格中枢或稳定在合理区间。受季节性波动、突发事件等因素影响，局部地区、部分时段可能出现供应偏紧的局面。

从电力行业看，综合考虑宏观经济、终端用电电气化等因素，中国电力企业联合会预计，2024年全社会用电量同比增长6%左右，全国新增发电装机容量与2023年基本相当。综合考虑电力消费需求增长、电源投产等情况，中国神华预计，2024年全国电力供需形势总体紧平衡。

东北证券认为，火电投资额近三年高速增长，全社会用电量增速将维持高位。2024年，火电发电量增速有望达5%-6%；2024年国内煤炭供需缺口预计在1亿-1.5亿吨，煤价有望走强，煤炭企业估值仍有提升空间。

需求向好 面板企业提升产能

今年以来，面板需求逐步回暖，价格持续上涨。中国证券报记者近期实地调研了解到，TCL科技旗下TCL华星等面板企业积极提升产能，确保交付达成。

机构认为，下游需求相对乐观，看好面板行业投资机会，盈利弹性较大的产业链环节及企业值得重点关注。

●本报记者 万宇



新华社图片 视觉中国图片

华西证券介绍，LCD方面，3月上旬电视面板价格已接近去年9月高位，预计二季度面板价格仍会有所上涨，电视面板价格有望突破去年高位。OLED方面，手机OLED面板在去年四季度涨价之后，今年有望继续上涨。

随着面板价格上涨，面板企业陆续提升产能。在TCL华星位于苏州工业园区的t10苏州TFT-LCD

生产线，记者看到，洁净无人工厂里，机器全部运转，一块块面板通过机械手臂在设备里穿梭。TCL华星苏州基地工作人员告诉记者，春节假期后苏州工厂逐渐增加产能。

多位业内人士认为，面板需求有望持续复苏。“下游需求端有望迎来大型体育赛事、AR/VR出货回暖、AI手机及AIPC等创新产品

相对较少，电视厂商一般会减少面板采购量。为应对市场需求下滑，今年春节期间，TCL华星等面板厂安排了放假。在面板企业采取以需定产的生产方式后，行业整体库存相对健康。

对于市场出现的新变化，刘小兰表示，TCL华星将密切关注需求面的变化，确保工厂生产的弹性。作为头部企业，TCL华星在上游供应链上建立了自己的

基金的增持。

平安证券表示，Mini LED背光、QD等新技术为LCD产业注入了新活力，面板产业有望从强周期行业逐渐向成长性行业过渡。同时，显示面板厂商控产保价策略效果显著，LCD面板产业供需关系逐渐转

持续落地。”万联证券TMT行业首席分析师夏清莹在接受记者采访时表示，大尺寸面板方面，在欧洲杯、美洲杯等赛事拉动下，TV需求有望增长。同时，消费者对大尺寸TV偏好提升，TV面板大尺寸趋势预计将进一步推进，拉动出货面积提升；中小尺寸面板方面，智能手机、笔记本电脑及平板电脑出货数据转暖，2024年有望恢复增长长

“护城河”，公司将充分发挥这一优势，持续加强与上游供应链，尤其是关键材料伙伴的战略合作，实现信息共享，优化供应链系统，及时应对市场变化，确保交付的达成。

除了经营理念的转变，面板企业还积极布局折叠屏、车载屏等增长较快的细分品类。刘小兰介绍，近年来，折叠屏手机销量增速较快，预计今年折叠屏出货量有望超

势。另外，AI手机、AIPC等创新终端持续落地，有望拉动换机需求，进而提振显示面板需求；AR/VR市场转暖，显示方案升级将为面板行业带来增量。

TCL华星副总裁刘小兰表示，随着经济回暖，消费者整体购买力上升，会带动电视、笔记本电脑等产品的销量，今年面板需求会比去年更乐观。

过2000万块，保持20%以上的增速。TCL华星将在折叠屏技术方面不断突破，降低屏幕的重量和厚度，延长使用寿命。同时，从材料和设计入手，降低折叠屏成本，让折叠屏在手机以及平板电脑、笔记本电脑等产品中得到更广泛应用。车载屏方面，出货量同样有望保持较高增速。“t9产线量产，我们开发了很多非晶硅车载显示产品。”刘小兰说。

随着需求端的复苏及新技术新产品落地，产业链整体盈利能力有望增强，龙头企业的议价能力优势、产品竞争力优势及规模优势将进一步体现。建议关注盈利弹性较大的产业链环节以及相关龙头企业。

美团新业务经营亏损收窄

●本报记者 杨洁

3月22日，美团发布2023年第四季度及全年业绩。2023年第四季度，美团实现营业收入736.96亿元，同比增长22.6%；经营利润为17.58亿元，经调整利润净额为43.75亿元。2023年，公司经营利润为134.15亿元，同比增长25.8%；经营利润为134.15亿元，经调整利润净额为232.53亿元。值得关注的是，2023年，美团新业务分部经营亏损收窄至202亿元。

美团表示，公司围绕“零售+科技”战略，持续加大对中国消费市场及科技研发的投入力度，2023年即时配送订单达219亿笔，同比提升23.9%；全年研发支出达212亿元，创历史新高。

释放消费潜力

财报显示，2023年第四季度，美团核心本地商业分部收入同比增长26.8%至551亿元，经营利润同比增长11.1%至80亿元。2023年，美团核心本地商业分部收入达2069亿元，同比增长28.7%；经营利润增长31.2%至387亿元，经营利润率提高至18.7%。

“2023年，国内消费潜力进一步释放。我们持续迭代产品能力，更好地服务用户和商户。”美团CEO王兴表示。从餐饮外卖业务看，2023年外卖交易用户持续增长，中高用户群体的规模及购买频次稳步提升。2023年，美团即时配送订单数量增长24%，达219亿笔。

2023年，美团闪购订单量同比增长超过40%。“30分钟万物到家”成为越来越多人生活方式，即时零售呈现全品类、全地域、全场景态势。美团表示，闪购用户对平台黏性更高，且拥有更强的购买力，其中大部分是年轻用

户。2023年，美团闪购的活跃商家数量同比增长近30%。

到店酒旅业务方面，2023年，线下消费需求反弹显著，境内酒店交易金额同比增长超过100%，美团节假日预订量创历史新高，全年GTV同比增长超过100%，交易用户增长超30%，活跃商户增长超60%，均创历史新高。

创新零售服务

财报显示，2023年第四季度，美团新业务分部收入同比增长11.5%至186亿元，经营亏损同比收窄24.1%至48亿元。2023年，新业务分部收入同比增长18%至698亿元，经营亏损收窄至202亿元。

在各项新业务中，美团社区电商业务美团优选表现不佳。2023年，美团优选增长速度放缓，亏损金额和亏损率依然显著。2024年，美团将进行战略调整，改善商业模式，目标是大幅减少经营亏损。相较于市场份额，美团将更侧重重建核心竞争力和改善用户体验。对于美团优选业务，美团将提升商品加价率并降低补贴。

美团另一项新业务小象超市取得积极进展。2023年12月，美团前置仓业务美团买菜升级为全新品牌小象超市。2023年，小象超市的交易金额同比增长约30%。美团表示，小象超市的用户规模、平均客单价及购买频次均稳步增长。

在前沿技术方面，美团持续探索科技助力零售服务创新。截至2023年底，美团无人机累计完成订单超22万单，覆盖办公、社区、高校、景区、市政公园、医疗等多个场景。2024年春节假期，深圳人才公园部分周边商家超八成外卖订单由美团无人机配送完成。