

电池龙头订单充足 折射消费电子市场企稳

欣旺达作为全球手机电池领域龙头企业,全球平均每三台智能手机中,就有一台使用欣旺达电池。中国证券报记者日前在欣旺达深圳宝安产业园总部调研了解到,随着AI加速应用在智能手机、个人电脑等领域,新一轮换机周期来临。从欣旺达的客户出货目标指引看,全球消费电子市场传递企稳复苏信号,行业预期向好,欣旺达上半年订单充足。

另外,欣旺达布局汽车动力电池业务多年,目前在超快充技术领域全球领先,2023年公司率先发布三元4C超快充产品并实现商用,可适配800V高压电池平台。

● 本报记者 张兴旺



视觉中国图片

市场预期向好

在深圳宝安欣旺达产业园展厅内,琳琅满目的产品令人目不暇接。这里陈列着公司在智能手机、PC(个人电脑)、无人机、扫地机、滑板车等领域的电池产品,见证了欣旺达的成长轨迹。

目前,欣旺达已发展成为全球锂离子电池领域领军企业。中金公司认为,欣旺达作为全球锂离子电池领域的领军企业,看好欣

旺达消费电子电池龙头地位不断稳固,动力电池及储能业务的布局长远。

目前,欣旺达是全球最大的手机电池供应商,全球市场占有率超过30%。欣旺达生产的消费类电池进入了苹果、华为、三星、OPPO、vivo、小米、荣耀等终端品牌供应链。

近年来,手机产品创新不足,同质化竞争严重,消费者换机周期延长,全球消费电

子市场表现较为疲软。春江水暖鸭先知,欣旺达作为上游供应商,提前感受到消费电子行业冷暖。

中国证券报记者调研了解到,今年以来,消费电子市场传递出回暖复苏信号。欣旺达董事兼副总经理曾均对中国证券报记者说:“新一轮换机周期来临,消费电子行业情况好转,今年以来多数客户订单目标指引

有所增加,公司上半年订单充足。预计未来两年,消费电子市场较为乐观。”

从智能手机和个人电脑出货量来看,市场研究机构Counterpoint预计,2024年全球智能手机出货量有望达到12亿台,同比增长3%。IDC预测,2024年全球PC出货量将达到2.65亿台,同比增长2%,核心驱动因素是AI PC浪潮来临。

AI增添新动能

对于消费电子市场预期向好的原因,曾均对记者直言:“这是AI带来的效应。AI手机增添了新功能,将刺激消费者换机。”

受AI新技术驱动,2023年四季度及2024年一季度,手机厂商发布了多款AI手机。据记者不完全统计,目前已发布的AI手机包括小米14、vivo X100、OPPO Find X7、三星Galaxy S24等产品,主要升级方向为AI拍照、AI实时通话翻译、AI分类搜索、AI视频生成等功能。

中信期货研报称,从软件侧来看,目前已有7家手机厂商宣布自研大模型,并在众多手机产品中落地,AI手机产业进程加速。

AI成为驱动智能手机、PC市场出货量增长的新引擎。OPPO创始人兼首席执行官陈明永认为,2024年是AI手机元年。未来5年,AI对手机行业的影响可以比肩当年智能手机替代功能机。IDC中国区总裁霍锦洁表示,大模型技术将推动手机进入AI时代,预计2024年全球新一代AI手机出货量将达到

1.7亿台,占智能手机整体出货量的15%。

从PC市场看,研究机构Canalys称,惠普、戴尔、联想、华硕等品牌均表示,计划与英特尔和AMD的新CPU产品线同步推出全新AI PC。Canalys预测,2024年AI PC出货量将超过5000万台。目前,AI PC市场蓄势待发,推动个人电脑加快更新。

机构认为,AI为产业链公司增添新动能。曾均认为,随着AI应用推广,预计2024年消费电子市场会有所增长。公司将在维持原

有客户市场份额基础上积极开拓新的市场,为客户持续提供“PACK(组装)+电芯”一体化服务,提升电芯自供率,打造新增增长点。

中泰证券研报称,目前下游客户对“PACK+电芯”方案的接受度越来越高,且终端需求呈逐渐复苏态势,欣旺达手机、笔记本电脑等消费类电芯自供率不断提升。方正证券认为,在高性能AI处理器支撑下,AI+N类终端浪潮已至,AI赋能将全方位渗透,消费电子市场将迎来全新增长机遇。

打造新增增长点

除了消费类电池外,欣旺达积极布局电动汽车电池业务。在深圳宝安欣旺达产业园展厅内,中国证券报记者看到,公司展出了动力电池液冷电池包、超级快充电池包等样品。

欣旺达动力电池研发副总裁李阳兴认为,用户对于新能源汽车的需求在发生改变。从最初追求“长续航”到现在更加看重“适度续航+超级快充”。这一变化为超充技术发展提供了巨大市场空间。

据曾均介绍,欣旺达在超快充技术领域

里较为领先,2023年初公司发布了三元4C超快充产品,可适配800V高压及400V常压系统,并已实现商用。

曾均认为,超快充电池是行业发展趋势,目前很多车企发布了支持800V高压平台的车型,预计未来10万元以上车型可能都支持超快充技术。中金公司称,动力电池业务方面,欣旺达聚焦方形铝壳电池,积极布局中高端市场,专注于超级快充产品的开发,形成了差异化领先优势。

在客户方面,欣旺达表示,公司动力电

池客户结构较为均衡,主要客户包括海内外头部车企以及造车新势力,国内客户包括吉利、东风、上汽、理想等,海外客户包括雷诺、日产等。公司将持续开拓国内外市场。

中国汽车动力电池产业创新联盟数据显示,2023年,国内动力电池企业装车量方面,欣旺达装车量为8.3GWh,市占率为2.14%,排名第八;其中,三元动力电池产品装车量4.85GWh,市占率为3.85%,排名第六。

欣旺达表示,公司动力电池产品以三元

为主,目前正根据市场、客户需求逐步提升磷酸铁锂电池的比例,预计今年公司磷酸铁锂电池销售占比会超过50%。

长江证券研报称,欣旺达深耕消费电子、动力储能两大产业。消费类业务方面,终端需求有望逐步进入复苏周期,公司积极拓展客户,市场份额有望稳步提升。动力电池方面,公司凭借扎实的产品、工艺积累,立足快充路线的比较优势,持续拓展新客户。未来公司将在储能电池上加大布局,带来新的增长曲线。

广汽集团总经理冯兴亚:

加快合资品牌智能化电动化

● 本报记者 万宇

广汽集团总经理冯兴亚日前在接受中国证券报记者专访时表示,广汽集团在自主品牌销售占比持续提升的同时,大力推进合资品牌产品智能化、电动化。国际化方面,广汽集团力争到2030年实现海外50万辆的销量目标。对于近期再次出现的价格战,冯兴亚表示,广汽集团将不断开发符合消费者需求的新产品,通过高品质的产品和服务应对竞争。

2023年,广汽集团汽车产销均超250万辆,规模居国内汽车企业集团前五。其中,新能源乘用车销量同比增长77.55%;自主品牌产销量均创历史新高。

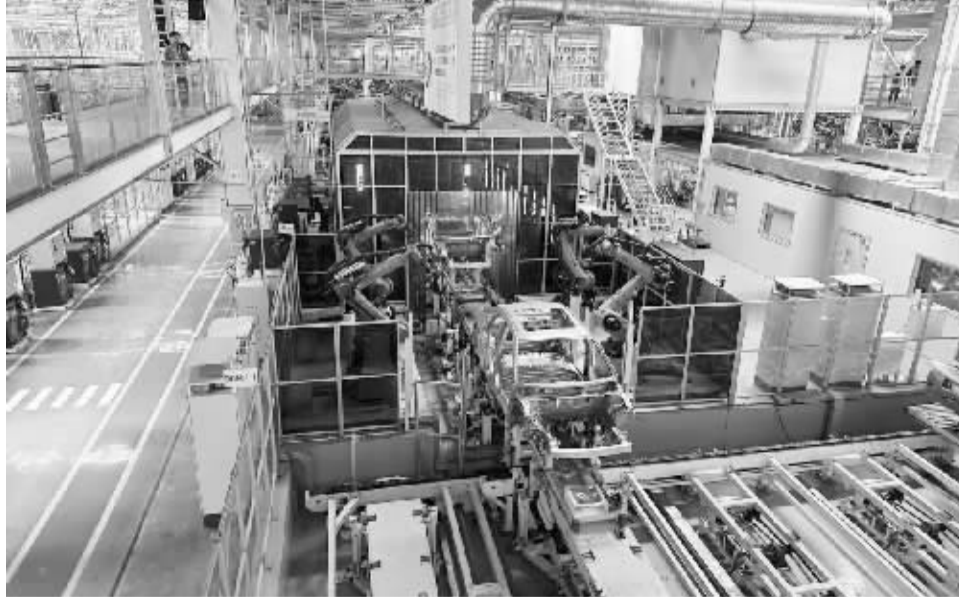
提升新能源车销量占比

冯兴亚介绍,2023年广汽集团围绕纯电动、插电混动、增程混动、油电混动、氢燃料电池等技术路线进行布局。“全球汽车市场竞争加剧,广汽集团的能源多元化布局将展现出差异化竞争能力。”

2023年,广汽集团自主品牌产销量均创历史新高,销量达到89万辆,在集团总销量中占比提升至35.4%。集团新能源汽车销量占比近22%;自主品牌中,新能源汽车销量占比提升至约58%。集团新能源乘用车销量同比增长77.55%。“我们将持续提升新能源汽车销量占比。”冯兴亚说。

对于合资品牌,冯兴亚介绍,广汽本田、广汽丰田在激烈的竞争中仍取得不错表现。广汽丰田去年销量超过95万辆,位居日系品牌第一;广汽本田去年开启整车出口业务,燃油车市场份额降低,同时集中度提高。

“我们将加快合资品牌智能化、电动化



广汽埃安生产线

公司供图

步伐。”冯兴亚表示,广汽丰田将加快推进新能源车型联合开发,广汽本田计划推出更多电动化车型。广汽集团作为中方股东,会提供全方位支持,支持合资品牌开发产品。同时,广汽丰田和广汽本田在油电混动技术上有很大领先优势,将不断强化这方面的能力。

加快“出海”步伐

国际化曾是广汽集团的短板。近年来,广汽集团加快“出海”步伐。2023年,中国成为世界最大汽车出口国,出口成为中国汽车销量增长的重要驱动力。“出口乃至海外本地化

生产将是未来中国汽车企业发展的重要增量。”冯兴亚判断。

冯兴亚介绍,广汽集团调整了战略规划,把国际化业务作为万亿广汽蓝图的重点。2023年,广汽集团实现汽车出口7.58万辆,同比增长130%,覆盖41个国家和地区,海外销售服务网点236家,初步实现整车出口以及本地化运营并行。

广汽集团在非洲、东南亚等地区布局多家组装厂。其中,尼日利亚、突尼斯等地已实现首批车辆下线交付;总投资额达23亿泰铢、设计年产能达5万辆的广汽埃安首个海外生产基地已于泰国动工,第一期计划今年7月建成。

坚持品质领先

近期,问界、小鹏等品牌部分车型下调价格,蔚来、奇瑞等推出置换补贴优惠活动。对于汽车行业愈发激烈的“价格战”,冯兴亚认为,低价竞争策略,这不是广汽集团要走的道路。车企不能长期陷入“价格战”,要进行价值竞争。车企可以用更合理的产品设计、更先进的产品技术、更智能化的生产工艺等促使成本下降。同时,持续提升智能化应用水平,突破新技术,并实现商业应用,用智能化为消费者提供新的价值。

“我们将不断开发新产品,并提供更好的服务以应对‘价格战’。比如,能源生态、智能网联生态,给消费者提供更多选择。”冯兴亚表示,“品质方面,广汽将坚持品质领先战略,以质取胜。未来,我们会持续加快构建核心产品力、服务力、品牌力,深度挖掘用户需求,快速响应市场变化,推进自主品牌和合资品牌产品全面新能源化、智联化,优化产品矩阵,确保优质产品准确快速投放市场。”

230家医药公司披露年报 超五成实现净利润增长

● 本报记者 傅苏颖

Wind数据显示,截至4月8日,230家A股医药公司披露2023年年报。其中,118家公司归母净利润实现同比增长,占比超五成。医疗器械、化学制药、中药三个细分领域的公司表现突出。业内人士认为,在政策支持下,国产创新药进入收获期。建议战略性布局创新药领域。

整体业绩良好

从归母净利润规模看,药明康德、长春高新、云南白药和白云山等4家公司均超40亿元。

2023年,药明康德营收首次突破400亿元,达到403.41亿元,同比增长2.51%;归属于上市公司股东的净利润为96.07亿元,同比增长9%。公司打造一站式服务平台,保障各业务协同发展,持续为客户赋能。分业务看,公司化学业务实现收入291.71亿元,同比增长1.12%,剔除特定商业化生产项目同比增长36%。2023年,累计新增分子1255个,截至2023年末总数达到3201个。华泰证券认为,公司常规业务增长强劲,新分子业务打开第二成长曲线。

长春高新2023年营业收入约145.66亿元,同比增长15.35%;归属于上市公司股东的净利润约45.32亿元,同比增长9.47%。其中,子公司金赛药业实现收入110.84亿元,同比增长8.48%;实现归属于母公司所有者的净利润45.14亿元,同比增长7.04%。子公司百克生物实现收入18.25亿元,同比增长70.30%;实现归属于母公司所有者的净利润5.01亿元,同比增长175.98%。

中药上市公司业绩普遍较好。2023年,云南白药营业收入为391.11亿元,同比增长7.19%;归母净利润为40.94亿元,同比增长36.41%。其中,药品事业群实现主营业务收入64.81亿元,同比增长8.16%。白药系列核心产品保持较好的增长态势,毛利率为70.6%。其中,云南白药气雾剂销售收入超过17亿元,同比增长15.27%;云南白药膏销售收入超过9亿元,云南白药胶囊销售收入超过6亿元。健康品事业群实现营业收入64.22亿元,同比增长6.50%。口腔护理领域,云南白药牙膏国内市场份额24.60%。

从归母净利润同比增速看,20家医药上市公司归母净利润增速超100%。其中,三生国健、微芯生物等公司排位靠前。

三生国健2023年归母净利润为2.95亿元,同比增长497.63%。报告期内,公司持续进行工艺优化,取得积极效果,综合毛利率提升;公司内部精细化管理带来效率提升,管理费用率、销售费用率较去年下降;公司在研管线持续优化。

推出分红计划

上市药企积极推出分红计划,其中不乏大手笔分红。

云南白药2023年分红预案为每10股派息20.77元(含税),分红总额为37.06亿元,占2023年归母净利润的90.53%。包括2023年预计分红金额,公司上市至今累计现金分红金额将超244亿元,近五年共计分红总额将超172亿元,占近五年归母净利润总额的87.86%;药明康德拟向全体股东每10股派发现金红利9.8336元(含税),拟派发现金红利总额28.82亿元,再创年度新高;白云山拟向全体股东每10股派发现金红利7.49元(含税),合计派发现金红利12.18亿元,现金分红比例约为30.02%。

另外,医疗器械龙头公司迈瑞医疗去年11月发布三季报时同步发布了利润分配计划:向全体股东每10股派发现金股利43元(含税),合计派发现金股利约52.12亿元。自公司2018年上市以来,连续六年实施分红,累计分红总额近230亿元(包含回购股份20亿元)。

华东医药日前发布的关于推动落实“质量回报双提升”行动方案的公告显示,华东医药根据控股股东及主要股东的建议,拟安排2023年度现金分红步伐。2030年,广汽集团海外销量目标是50万辆。

对于国际化发展,冯兴亚表示,“我们计划走出去、走进来、走上去。目前,广汽处于‘走进来’阶段,将加快在海外建厂,努力在‘走上去’阶段实现领先,成为全球性品牌。”

注重研发投入

近年来,一系列政策出台,鼓励和推动药企实现转型升级。复星医药、上海医药、君实生物和长春高新等公司研发投入居前。

部分药企持续研发创新,相关核心产品已获批上市。前沿生物2023年实现销售收入1.14亿元,同比增长34.82%,主要来自核心产品艾可宁的销售收入,助力公司进一步减亏。报告期内,艾可宁实现收入1.09亿元,同比增长31.55%。2023年,归属于上市公司股东的净利润亏损3.29亿元,同比减亏2779.97万元。

2023年,艾可宁顺利通过国家药品监督管理局药品审评中心技术审评和食品药品审核查验中心临床核查,由附条件批准上市成功转为常规批准上市。

东吴证券认为,当前医药板块估值已具备相当吸引力,建议战略性布局创新药领域。在政策支持下,国产创新药进入收获期。2023年,申报新药上市申请的国产创新药达65例(不含中药和疫苗),相比2022年显著提升;今年获批上市数量有望创新高。从技术驱动角度看,靶上蛋白降解技术(PROTAC)、小核酸药物等赛道有望产生新的投资机会。