

中国建筑：践行国家发展战略 持续耕耘新基建领域

7月22日，中国建筑

2021年“新型基础设施建设”投资者开放日活动走进徐州。在当日的投资者沟通会上，中国建筑董事会秘书薛克庆表示，未来公司将持续耕耘城市轨道交通、智慧停车、新能源汽车充电桩、通用航空等新基建领域，转型发展基础设施业务是公司践行国家战略的有力体现，也是中国建筑由施工向投资商、运营商的发展转变。

●本报记者 张军



中国建筑负责建设的徐州方特乐园项目

公司供图

技术赋能项目建设

中国建筑以全球视野积极践行“一带一路”倡议，响应京津冀一体化、长江经济带、粤港澳大湾区和高质量发展等国家战略。经过近几年的发展，江苏、山东、广东、陕西等省份已成为中国建筑高合同额、高增长的“明星市场”。

中国建筑2021年“新型基础设施建设”投资者开放日活动走进江苏徐州。由中国建筑建设、今年投入运营的徐州地铁3号线，是中国建筑在徐州市场的又一个代表。

据了解，徐州地铁3号线一期是江苏省政府和社会资本合作（PPP）示范项目，线路全长18.13km，共设16站，徐州地铁由此实现了由线成网的轨道交通格局。这也是中国建筑在徐州承建的第二条地铁整线。

中国建筑华东公司有关负责人称，相关人员经过反复论证、持续优化方案，实现南三环站四层岛式、大跨无柱的工程目标，打造出公共区大跨无柱节点换乘车站，树立了地铁设计新概念；借助信息化技术对监测数据分析、调整，完成下穿白云山铁路特大桥及9股铁路股道的任务，是徐州首例盾构下穿铁路特大桥及多条既有铁路运营线施工。

“同时，我们成立BIM深化设计小组，应用BIM技术对16个站内的通风、给排水、消防等系统的设计图纸进行优化布局，解决管线空间不足、各专业管线冲突等问题3300余项。”上述负责人

说，3号线建设形成了28项专利、5项软件著作权、3项省级QC成果、4项省部级工法。

中国建筑正在负责施工的方特乐园将是徐州文旅的新名片。方特乐园距离徐州市中心约20公里，总建筑面积7.34万平方米，是徐州市重点打造的集科技、文化、游乐等多功能于一体的全国性旅游标杆项目和国家级全域旅游示范区。

据了解，方特乐园在建设过程中采用无人机巡查施工技术，对项目施工安全、质量、进度等利用无人机“空诊”方式进行巡查监控、及时监控，全面、实时掌握在建项目安全、质量、进度情况，实现对人力难以到达位置的监控，通过及时发现隐患并整改闭合，有效降低了项目施工安全风险。

上述负责人介绍，方特乐园还采用了智能雨水收集技术，利用收集装置、过滤池、加压装置组成的雨水、降水收集系统，收集不同汇水面的雨水、地下水，通过三级沉淀，将这些非常传统水源加以利用，减少传统水源的利用，可以满足现场供水服务商，树立这一领域“国家队”的行业标杆。

上述负责人告诉记者，在推进充电桩业务的同时，公司还积极布局智慧停车这一领域。一方面是在中国建筑运营的如机场等大型项目上推广，来拓展公司新增利润点；另一方面是计划在中国建筑建设的PPP项目上尝试推广，这样对公司PPP项目收入多了一层保障。

中国电动充电基础设施促进联盟公布的数据显示，截至2021年5月，全国充电桩累计数量为187万台，各省份充电桩保有量6.5万台，换电站保有量644座。国网电动汽车服务有限公司副总经理王文日前表示，预计未来5年中国需要建设充电桩13万台、充电桩1400万根，发展空间较大。

电基础设施累计数量为187万台，各省份充电桩保有量6.5万台，换电站保有量644座。国网电动汽车服务有限公司副总经理王文日前表示，预计未来5年中国需要建设充电桩13万台、充电桩1400万根，发展空间较大。

“大象起舞”寻转型

中国建筑对上半年业绩预增给出的原因包括：全力推进企业高质量发展，加快推进已签约项目顺利执行，公司房屋建筑工程、基础设施建设与投资、房地产开发与投资、勘察设计等各项主要业务继续保持良好的发展势头，经营业绩和质量持续稳中向好等。

上半年基础设施业务新签合同额同比增长超50%，为各业务增速之最。“积极转型发展基础设施业务是中国建筑践行国家发展战略的有力体现，也是公司由施工向投资商、运营商的发展转变，公司立志成为基础设施领域的主力军。”薛克庆表示。

“在基础设施领域，可以说中国建筑有着品牌优势、资本优势和管理优势。‘十三五’期间，公司基础设施合同额完成31508亿元。这个数字背后，反映的是合作方对中国建筑的信任，也是中国建筑的综合实力。”薛克庆告诉记者。

“未来，公司将在城市轨道交通、智慧停车、新能源汽车充电桩、通用航空、物流等新基建领域，运用新兴技术，推动公司新业务更强劲的发展。”薛克庆表示。

拓展利润新增长点

中国建筑日前公告披露，预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润245亿元—270亿元，同比增长23.5%—36.1%。

上半年，中国建筑实现新签合同总

额18265亿元，同比增长21%。建筑业务方面，房屋建筑新签合同额12080亿元，同比增长13.8%；基础设施业务新签合同额3927亿元，同比增长50.5%。地产业务方面，上半年实现合约销售额2196亿元，同比增长21.5%。

“上半年，公司归母净利润、新签合同额均实现稳健增长，预计全年计划可以顺利完成。”薛克庆在沟通会上表示。

在保证已有业务稳健增长同时，中国建筑正积极拓展新的利润增长点。去年年底，国家电网、中国建筑、中国建筑旗下中海联合成立深圳国建智慧能源科技有限公司（简称“深圳国建智慧能源”），各持股50%、30%、20%。

国建智慧能源的核心业务是新能源充电桩的投资、建设、运营及相关技术研发，中海为公司相关业务的实际运营方。彼时，中海方面的表述是公司着眼未来、提前谋篇布局的新业务新载体。以现有业务为依托，致力于打造成新基建充电桩领域一流的建设运营服务商，树立这一领域“国家队”的行业标杆。

上述负责人告诉记者，在推进充电桩业务的同时，公司还积极布局智慧停车这一领域。一方面是在中国建筑运营的如机场等大型项目上推广，来拓展公司新增利润点；另一方面是计划在中国建筑建设的PPP项目上尝试推广，这样对公司PPP项目收入多了一层保障。

上半年，中国建筑实现新签合同总

三季度手机产业链旺季可期

●本报记者 张兴旺

Wind数据显示，截至7月23日晚，43家手机产业链公司发布上半年业绩预告，其中33家公司业绩预喜，占比76.74%。值得注意的是，领益智造、信维通信、维信诺等公司二季度业绩明显下滑或增速放缓。

业内人士分析称，近期，随着手机品牌厂商开始推出新品，三季度产业链旺季可期。中信证券维持2021年智能手机销量预测13.5亿部，同比增长5%，下半年销量有望好于上半年。

多数公司业绩增长

在业绩预喜的33家公司中，歌尔股份、长电科技、传音控股、深天马A、卓胜微等27家公司业绩预增；立讯精密、大族激光等4家公司略增，卓翼科技、彩虹股份扭亏。

德赛电池预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润2.50亿元—2.75亿元，同比增长43.87%—58.26%。德赛电池表示，公司2020年完成对主要子公司惠州电池和惠州蓝微各25%少数股东权益的收购，惠州电池和惠州蓝微自2020年8月起成为公司全资子公司，归属于上市公司股东的净利润同比增加；报告期内中型锂电池电源管理系统及封装集成业务占比增加，公司毛利率同比提升。

上半年，面板领域呈现高景气度。深天马A预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润11.6亿元—13亿元，同比增长55.83%—74.63%。

TCL科技预计上半年实现归属于上市公司股东的净利润65亿元—69亿元，同比增长43.8%—47.1%。TCL科技表示，中小尺寸业务领域，公司i3产线积极拓展高端笔记本、平板及车载等新兴业务，公司t4柔性AMOLED产线按计划扩产，柔性折叠屏持续拓展新品牌客户。

三环集团预计上半年归属于上市公司股东的净利润为9.73亿元—11.40亿元，同比增长75%—105%。三环集团表示，受益于5G技术广泛普及及应用与进口替代进程不断加速，被动元器件市场需求旺盛，行业景气度持续上升，公司主要产品电子元件及材料、半导体部件销售大幅增加，影响当期利润增加。

部分公司业绩不佳

不过，上半年也有一些手机产业链公司业绩不佳，尤其是二季度利润增速放缓或大幅下滑。欧菲光预计上半年归属于上市公司股东的净利润为3200万元—4800万元，同比下降90.44%—93.63%。

信维通信半年报显示，公司上半年实现营业收入30.55亿元，同比增长19.48%；归属于上市公司股东的净利润为1.72亿元，同比下降



新华社图片

47.53%。从二季度来看，信维通信归属于上市公司股东的净利润为0.57亿元，环比下降102%。

领益智造预计上半年归属于上市公司股东的净利润为3.63亿元至4.63亿元，同比下降26.66%—42.50%。一季度，公司实现归属于上市公司股东的净利润4.63亿元，同比增长613.79%。这意味着领益智造第二季度很可能亏损，最高亏损额可能为1亿元。

一家手机产业链上市公司人士对中国证券报记者表示，每家手机产业链公司的情况不一样，有的可能是因为上游芯片供应紧缺带来的影响，有的可能是公司竞争力下滑。“以前手机销量增长明显时，品牌厂商对零部件成本要求没那么高，现在手机出货量下滑，客户对控制成本要求也在提高。”

领益智造称，受智能手机芯片供应紧缺影响，部分国内客户需求订单放缓，导致产品固定成本分摊加大；受疫情影响，海外部分厂区生产短暂停工，导致部分项目量产延后。

此外，领益智造还表示，受消费电子部分老项目产品需求下调、降价及原材料价格上涨等影响，公司精密功能件业务盈利受到影；公司今年新项目研发较多，研发费用支出相应增加，预计较上年同期增加的研发费用金额为2.1亿元，同比增长32.81%。

三季度旺季可期

近期，vivo、realme发布了手机新品，华为将于7月29日发布P50系列旗舰手机，三星、荣耀等将于8月中旬发布手机产品。此外，苹果将于9月发布新款iPhone。

业内人士对中国证券报记者表示，随着品牌厂商纷纷推出新品，三季度产业链供货情况预计好于二季度。

中信证券最新研报称，从智能手机行业来看，预计下半年销量行情优于上半年，苹果确定性优于安卓。维持全年智能手机销量预测13.5亿部，同比增长5%，下半年销量有望好于上半年，预计上半年、下半年销量分别约6.5亿部、7亿部。

中金公司认为，除小米外，苹果2021年下半年新品备货稳步推进，产业链相关公司业绩有望快速增长。

中信证券称，苹果具备创新和独特性，品牌内部稳定换机，且下半年新机已于6月底开始供应链备货，较往年有所提前。预计2021年下半年新机销量有望在8000万部—9000万部量级，较2020年7000万部—8000万部有明显提升；预计2021年苹果总销量可达2.2亿部。

鹏鼎控股是苹果供应链重要公司。7月21日，鹏鼎控股副总经理兼董秘周红在机构调研时表示，从手机迭代来讲，手机的功能越来越好，对软板和硬板的要求也越来越高，对材料的要求也有所变化。如果终端手机价格变化不大，那么相关产业链仍需从自身角度来控制成本，提升盈利能力。一般上半年是淡季，营收和利润来源主要还是看下半年。

价格“内卷”陷入“剪刀差”怪圈

快递100CEO雷中南：快递业应加速“走出去”步伐

●本报记者 刘杨

“目前整个快递行业过多关注用户、流量、运营，缺乏底层基础技术创新，导致同质化，最后只能以价格论长。”快递物流信息服务商快递100CEO雷中南日前在接受中国证券报记者专访时表示，快递企业过多关注国内红海市场，对国际更广阔的蓝海市场关注较少。随着跨境电商的发展，快递企业在国际市场的机会也越来越多，应加速“走出去”布局脚步。

在业务量屡创新高的同时，快递企业却陷入增收不增利的怪圈。去年以来，快递企业为抢占市场，价格战愈演愈烈。而价格战的背后，却是服务水平下降、净利润下滑以及运营效率降低。

深陷“剪刀差”怪圈

“剪刀差”概念来自工农业产品交换过程中出现的差额，放到如今的快递行业同样贴切：快递企业订单量大幅增长，但利润却大幅压缩甚至亏损，这之间形成的差距，就像张开的剪刀一般。

7月15日，国家统计局发布的数据显示，上半年，全国快递业务量已经突破了500亿件，接近2018年全年水平；进入下半年，快递业务量持续保持高速增长。快递100预计，年底快递业务量有望突破1000亿件，乡镇覆盖率超过98%。

一方面是不断上升的业务规模，另一方面行业又面临巨大压力。

顺丰控股发布公告，预计上半年归母净利润为6.4亿元—8.3亿元，比上年同期下降78%—83%。其中，第一季度归母净

利润为—9.89亿元，第二季度预计归母净利润为16.29亿元至18.19亿元。

申通快递上半年业绩预告显示，预计上半年净亏损1.40亿元—1.60亿元，由盈转亏；基本每股收益亏损0.09元—0.10元。

业绩变动主要原因是，本报告期快递市场价格保持低位运行。

快递企业订单量大幅增长，但利润却大幅压缩甚至亏损，进入“剪刀差”怪圈。究其原因，价格战首当其冲。在价格战影响下，2019年，不少中小企业逐步被淘汰，但头部企业之间的价格战仍在持续。尤其是2020年，极兔速递进入中国市场，再次开启低价抢市场模式。

从数据来看，2020年全国快递平均单价为10.55元，同比下降10.6%。其中，顺丰平均单价为17.8元，同比下降18.9%；通达系快递单价降至2.2元—2.3元，降幅高达20%—30%。而在电商厮杀最为严重的义乌，甚至出现了“8毛发全国”的倒贴式快递价格。

在依靠价格战抢市场的背景下，快递企业不断“内卷”，也造成了业务量与利润之间的“剪刀差”不断扩大。

对此，雷中南表示，目前国内的快递企业，特别是在加盟制盛行之下，品牌同质化相当严重，差异化不明显，客户对快递公司的品牌忠诚度并不高，价格策略是最行之有效的拓展市场的方式。“快递公司苦于价格战已久，但这场战争就像看演唱会，前排的人已经站起来，后排的人也只能跟着站起来。”

6月22日，国务院常务会议指出，要鼓励传统外贸企业、跨境电商和物流企业等参与海外仓建设，提高海外仓数字化、智能化水平，促进中小微企业借船出海，带动国内品牌、双创产品拓展国际市场空间。

上海交通委邮政快递专委会副主任、快递行业专家赵小敏对记者表示，这对快递企业来说是非常大的利好。这几年政策一直在呼吁快递企业出海，但这次已经到了可以执行的层面，不仅是强调物流企业，也包括商贸企业、电商企业和流通企业，相关政策都会提供一定的支持。

推动“快递出海”工程

快递行业“剪刀差”式发展，导致我

加强数据安全防护意识

国家邮政局发展研究中心表示，快递行业能够实现快速增长，得益于若干因素推动：一是寄递网络由下乡向进村迈进。二是寄递服务由传统电商向全领域拓展。三是生鲜服务方案优化升级。四是跨境服务能力明显增强。

在跨境服务能力方面，上半年，国家邮政局大力推动“快递出海”工程，快递企业积极拓宽出海通道，加大海外仓建设力度，增强航空国际运能，依托当地加盟商快速构建海外网络。在此背景下，上半年我国国际及港澳台快递业务增速近50%。其中，一季度，支撑我国跨境电商进出口额达4000多亿元，同比增长46.5%。

雷中南指出，“快递出海，除了硬件出海外，系统技术、信息服务等软件出海也同样重要。”近期，针对“一带一路”沿线国家合作，快递100在西安组建了专项研发团队，同时，在深圳也开始针对海外市场进行布局，上线国际站点等业务。

当今国际环境对我国数据安全也提出更高要求，对此，雷中南表示，快递物流领域对于用户隐私和数据的安全未来也将走向前台。目前，公司所拥有的快递数据安全PaaS模式，其技术原理就是去中心化，通过技术手段实现端到端的加密通讯，企业和客户实现点对点沟通，数据不再被留存和挖掘，最终给全行业提供解决方案，能有效为跨境电商增加技术保护罩。

在雷中南看来，中国的跨境电商不能在系统、技术方面受制于国际巨头，同时在跨境电商大数据上也应加强防护意识。