

# 92家电子制造业公司预告去年业绩 近八成报喜

细分赛道再添新动能

Wind统计显示,截至1月24日21时,共有92家电子制造业公司披露2021年业绩预告,其中71家公司业绩报喜,占比近八成。在行业高景气度支撑和下游智能汽车、智能可穿戴设备等新兴市场需求带动下,显示面板、传感器、光学镜头行业订单饱满、产能释放,上市公司业绩大增。

业内人士表示,VR、AR有望成为继智能手机之后的消费电子热点,仍处渗透早期的汽车电子行业发展空间较大,智能汽车供应链赛道将成为消费电子供应链企业未来重要的成长驱动力。

●本报记者 彭思雨

**多家公司业绩亮眼**

1月23日晚,蓝黛科技披露2021年业绩预告,预计归母净利润同比大幅增长2490.81%~2879.43%。公司表示,受益于消费电子、汽车电子需求增长,触控显示市场需求旺盛导致公司业绩大增。

显示面板方面,龙头京东方A在已披露业绩预告的电子制造业公司中净利润最高。公司预计2021年归母净利润为257亿元~260亿元,同比增长410%~416%。其中,柔性OLED出货量快速提升,2021年12月出货量首次突破千万级。

龙腾光电的净利润紧随其后,公司预计2021年归母净利润为8.9亿元~9.3亿元,同比增长239.61%~254.88%。龙腾光电表示,5G、物联网、大数据等新技术快速发展对显示面板产生增量需求,后疫情时代常态化远程办公、线上教育进一步带动全球笔电平板类面板需求。

电子元器件在消费电子市场大放异彩,多家厂商从中受益。消费电子元器件龙头歌尔股份预计2021年归母净利润为42.44亿元~45.28亿元,同比增长49%~59%。公司的VR虚拟现实、智能穿戴和智能无线耳机等产品销售收入同比增长。

主营集成电路芯片研发和销售的艾为电子预计2021年实现营业收入23亿元~23.5亿元,同比增长59.98%~63.46%;预计实现归母净利润2.7亿元~3亿元,同比增长165.51%~195.02%。艾为电子表示,伴随着集成电路产业蓬勃发展,行业景气度持续提升,下游消费电子应用领域需求旺盛。公司一边紧盯优质客户,扩大小米、OPPO等手机品牌份额,一边拓展汇川、大疆等泛工业类客户。同时,与上游供应商合作紧密,产能支撑业绩增长。

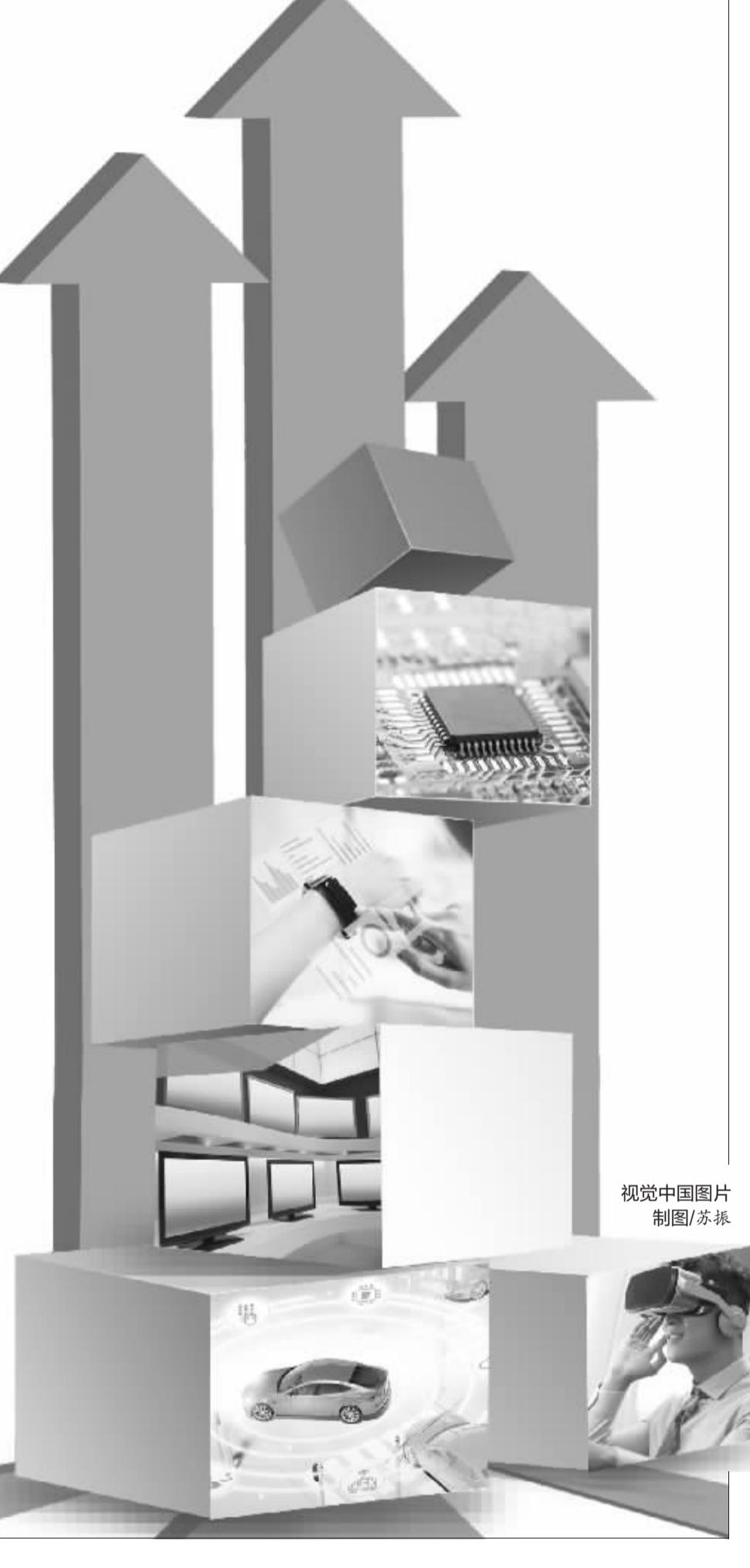
行业内首家推出5G智能模组的美格智能也在过去一年实现利润翻番。公司预计2021年实现营业收入19.5亿元~20.5亿元,同比增长73.95%~82.87%;实现归母净利润1.1亿元~1.25亿元,同比增长300.87%~355.54%;实现扣非后净利润7200万元~8700万元,同比增长343.42%~435.8%。

美格智能表示,公司4G/5G无线通信模

## 电子设备制造业上市公司2021年业绩预告盈利前十

公司名称	预告2021年 归母净利润(亿元)	预告2021年 归母净利润同比增长幅度
京东方A	257~260	410%~416%
歌尔股份	42.44~45.28	49%~59%
大族激光	19.50~20.50	99.2%~109.41%
振华科技	13.50~15.50	123%~156%
爱施德	9.61~11.01	37.19%~57.18%
火炬电子	9.60~10.20	57.51%~67.35%
天华超净	8.90~9.40	211.2%~228.68%
龙腾光电	8.90~9.30	239.61%~254.88%
鸿远电子	8.00~8.30	65%~71%
胜宏科技	7.50~8.50	44.54%~63.81%

数据来源:Wind (截至1月24日21:00)



视觉中国图片  
制图/苏振

1.79亿吨

截至2021年12月31日,碳排放配额累计成交量1.79亿吨,累计成交额76.61亿元,成交均价42.85元/吨,履约完成率99.5% (按履约量计),全国碳市场第一个履约周期顺利完成。

张波表示,我们以水环境理化指标为代表的优良水体比例比较高,但是水生态系统失衡方面的问题很严重。“十四五”期间,生态环境部将探索建立长江流域水生态保护机制,开展水生态考核试点,落实山水林田湖草沙系统治理的科学理念,聚焦流域突出的问题,精准传导生态环境保护主体责任,通过解决流域的突出问题,推动长江经济带高质量发展,通过长江流域的重点突破来带动全国的水生态保护修复。

## 补齐环境基础设施短板

张波指出,2022年将通过加强工业园区污染治理和黑臭水体治理,引导和推动黄河流域尤其是中游地区加快补齐环境基础设施短板。

张波介绍,黄河流域有自身的特点。首先是水资源短缺问题突出。他表示,按照“四水四定”的理念,应扭转在缺水地区发展大量耗水行业的做法。然而,黄河流域部分严重缺水地区,这些年却发展了很多高耗水的项目,挤占了生活、生态用水,这个问题要加快解决。

其次是水环境治理的问题。张波介绍,2021年黄河水质得到显著改善,黄河干流全线达到了III类水质。其中,90%以上断面达到了II类以上水质,少数III类水质的断面集中在黄河流域现在污染最重的是中游部分地区。

为解决这些问题,生态环境部表示,需做以下工作:一是工业园区污染治理要补欠账,做好基础工作。工业企业要进园区,园区要建污水集中处理设施,要稳定达标排放,相关设施要跟生态环境部门联网。二是城市环境基础设施的短板要加快补齐。张波表示,沿黄省区相对来说经济不是那么发达,地方财政也不是很富裕,所以在城市环境基础设施建设、黑臭水体治理等方面存在很多短板。比如,一些地方城市环境卫生管理粗放,污水、垃圾沿河倾倒甚至直排雨水管道的现象屡见不鲜,旱季“藏污纳垢”、汛期“零存整取”,城市面源污染十分严重。

张波表示,下一步,生态环境部将通过加强工业园区污染治理和黑臭水体治理,引导和推动黄河流域尤其是中游地区加快补齐环境基础设施短板。

当日,生态环境部还表示,冬奥会期间将对部分污染重、排放大的企业、车辆临时管控。刘友宾在回答记者提问时表示,冬奥会、冬残奥会赛期正值我国北方地区冬春交汇季节,环境气象条件极为不利。北京、河北等周边省市以人大决定或立法等形式,授权当地政府在冬奥会筹备和举办期间可依法依规采取必要的行政措施。当预测到可能出现重污染天气时,各地将及时启动应急预案。各项减排措施要做到精准、科学,做好信息公开,尽可能减少对经济社会的影响,尤其对涉及民生、能源供应、居民取暖、疫情防控等运行给予充分保障。

# 中兴商业:稳价保供出实招 抢抓商机促消费

●本报记者 宋维东

春节将至,中国证券报记者日前在位于沈阳市太原街商圈的中兴商业看到,采购年货的顾客络绎不绝。“这里的货品很全,不用像以前过年一次性备足,随吃随买就可以。”一位王姓市民对中国证券报记者说。

中兴商业作为沈阳市“菜篮子”重点流通保供经营主体之一,春节进一步强化货源储备,同其他保供企业一道最大限度地繁荣丰富节日商品供应。同时,公司紧紧抓住春节消费市场机遇,线上、线下齐发力,推出系列特色促销活动,在认真履行社会责任的同时提升企业经营业绩水平。

## 全链条保供

在沈阳市政府新闻办日前举行的“迎新春、惠民生、保运行”系列新闻发布会上,沈阳市商务局相关负责人表示,面对全国及周边城市疫情防控形势和春节期间市场消费需求变化,沈阳市发挥保供企业骨干作用,积极组织批发、零售、仓储、配送和生产基地,加强货源采购,畅通流通渠道,增源畅流、以量稳价,确保当前重要生活必需品市场供应平稳运行。

中兴商业所属中兴连锁超市主管业务的

副总经理王刚表示,公司在蔬菜等重要生活必需品保供稳价工作中承担着重要的社会责任。为确保春节期间民生商品的货源供应,稳定商品价格,公司强化货源拓展,特别是加大了粮油、猪肉、牛羊肉、禽蛋、蔬菜、水果等重要生活必需品的市场供应力度。

此外,公司密切关注商品价格变动情况,同供应商协调、沟通,严禁囤积居奇、哄抬物价等扰乱市场竞争秩序的行为,坚决抵制供应商源头涨价。公司进一步加强商品管控,严把质量关,特别对肉类、禽类等商品做好查验工作。

“当前,公司的粮食、食用油、肉类、水产、果蔬等重要生活必需品和各类易储食品市场库存充足、货源渠道畅通,完全有能力保证后续稳定供应,满足市民过年期间的消费需求。”王刚说。

中兴连锁超市还设立了惠民蔬菜专柜,每日选取几种日常蔬菜品种以低于市场平均价格的成本价向市民销售,加大低价蔬菜市场供应量,方便市民购买。

值得一提的是,中兴商业一直将春节保供稳价作为履行社会责任的重要工作来抓。在2020年春节疫情防控最吃劲的阶段,在沈阳市商场均闭店的情况下,中兴商业超市坚持营业,没有闭店一天。

当时,中兴商业积极克服货品源头涨价、

部分物流停运等困难,与厂家谈判,严控供应商源头涨价行为。同时,积极组织货源,协调安排运输,及时调配补充缺品,保证了民生商品不缺货、不断货、不涨价。此外,中兴商业还推出了3公里半径范围内送货上门服务,为疫情期间居民居家提供服务。

## “双线”出击

1月初,沈阳市各大商场已进入“春节时间”。眼下,春节越来越近,中兴商业在力保民生的同时,线下、线上齐发力,抢抓春节商机。

日前,中兴商业推出了“年货大集”,在公司商场8楼专门开辟区域,作为年货大集的活动区域。“我们的年货大集更多体现文化色彩,融入东北年味特色,让顾客沉浸式体验东北传统春节大集。”中兴商业运营部部长赵巍说。

中国证券报记者在现场看到,以“柿柿如意”为主题的年货大集共分“深山区”“花市区”“民俗区”三个零售单元及“柿柿如意树”互动单元。

其中,深山区售卖有机蔬菜、有机鸡蛋、生鲜肉类、水果、茶叶、干果等产品;花市区展卖柿子、桔子、百香果、柠檬等结果绿植品类及鲜花花束、兰花盆栽、多肉盆栽等;民俗区则有联

名春联、雕刻版画、胡徽章毛笔、皮影、糖人、抚顺大官窑瓷器等。在互动区,顾客可参与春联制作、剪窗花等体验活动。

中兴商业董秘杨军表示,当前体验式消费已成为百货零售业的重要发展趋势,消费者的个性化、体验式需求愈发强烈。公司今年推出年货大集并融入体验式活动,一方面是贯彻落实公司体验式服务理念的实践探索;另一方面旨在增加品种业态,完善服务功能,提升聚客能力。

近年来,中兴商业着力构建“大营销模式”,加快推进数字化、互联网化进程,促进线上线下全面融合、全渠道发展,不断创新新业态经营模式。

在此次春节促消费活动中,中兴商业线上线下同时出击,依托“中兴大厦+”小程序在线上同时进行促销,进一步抢滩春节消费市场。

杨军表示,公司在向新模式、新业态、新商业转型过程中,深入推动线上线下全面融合、全渠道发展。包括春节促消费活动在内的各种节假日活动已成为公司探索转型发展的“试验田”,与消费者建立了更大的心理认同,进一步验证了转型升级成果,有力提升了公司商品服务供给品质,推动公司新零售模式转型升级。