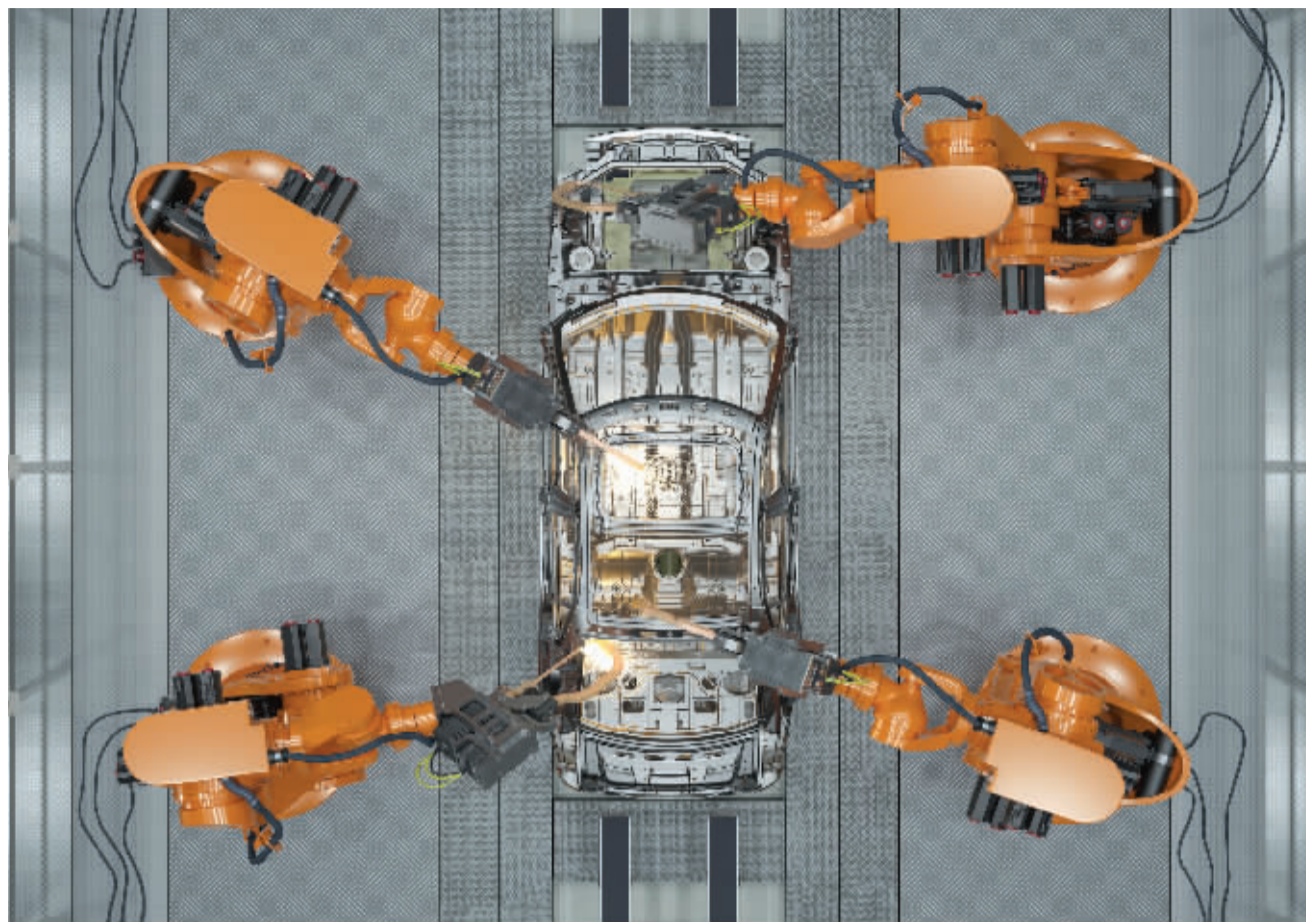


竞争加剧 车企上半年业绩分化明显

截至7月15日,汽车整车制造行业共有19家上市公司发布2022年上半年业绩预告,长城汽车、长安汽车、比亚迪等9家公司盈利预增,北汽蓝谷、小康股份等10家公司预计亏损,行业业绩分化明显。业内人士表示,随着汽车行业智能化、电动化加速,产品竞争激烈,转型慢的车企将逐步被淘汰出局。

● 本报记者 金一丹



视觉中国图片

头部车企业绩预喜

长城汽车、长安汽车、比亚迪等传统车企业绩表现亮眼。2022年上半年,长城汽车预计盈利53亿元至59亿元,同比增幅在50.2%至67.2%;长安汽车预计盈利50亿元至62亿元,同比增幅在189.14%至258.54%;比亚迪预计盈利28亿元至36亿元,同比增幅在138.59%至206.76%。

比亚迪是今年上半年新能源汽车销量领头羊。4月3日,比亚迪正式宣布,根据公司战略发展需要,自2022年3月起停止燃油汽车的整车生产。未来,在汽车板块,公司将专注于纯电动和插电式混合动力汽车业务。

据乘联会数据,6月比亚迪零售销量达13.26万辆,同比增长228.8%,市场份额为24.9%。1-6月,比亚迪零售销量达63.38万辆,同比增长317.6%,市场份额为28.2%。

比亚迪指出,2022年上半年,公司新能源汽车销量增长势头强劲,屡创历史新高,同比实现迅猛增长,推动盈利大幅改善,并一定程度上对冲了上游原材料价格上涨带来的盈利压力。

产品结构优化是长城汽车和长安汽车共同提及的业绩增长原因。数

据显示,1-6月,长安汽车广义乘用车零售销量达56.52万辆,市占率为6%,居于行业第三;长城汽车广义乘用车零售销量达38.09万辆,市占率为4.1%,居于行业第十。

新能源汽车业务在上述两家传统车企业务中增长迅速。1-6月,长城汽车新能源乘用车零售销量达6.17万辆,同比增长17.4%,市占率为2.7%;长安汽车新能源乘用车零售销量达6.6万辆,同比增长125.9%,市占率为2.9%。

长城汽车指出,报告期内业绩增长主要是由于公司优化产品结构,单车售价上升、毛利及毛利率增长,以及汇兑收益增加。同时,公司积极推进新能源与智能化发展,研发投入、股权激励费用同比增加。长安汽车表示,业绩增长得益于公司产品结构持续优化,自主品牌盈利能力持续提升。

成本端压力加大

北汽蓝谷、小康股份、江淮汽车等车企业绩亏损在业内靠前。2022年上半年,北汽蓝谷预计亏损18亿元至22亿元,最大亏损金额较上年同期预计亏损扩大21.32%;小康股份预计亏损16亿元至17.6亿元,较上年同期预计亏损扩大232.51%至265.76%;江淮

汽车预计亏损7.07亿元,较上年同期预计亏损扩大248%。

原材料涨价、研发投入加大,导致部分车企业绩承压。北汽蓝谷表示,2022年上半年,芯片短缺、电池等原材料价格持续上涨,加之新冠肺炎疫情反复,对公司业绩产生了较大影响。江淮汽车指出,疫情、芯片短缺以及电池等原材料价格上涨拖累了公司业绩。

从销量数据看,北汽蓝谷、小康股份均保持了较高增速。1-6月,北汽蓝谷累计销售1.77万辆汽车,同比增长144.43%。小康股份1-6月累计销售新能源汽车4.56万辆,同比增长204.51%。其中,赛力斯累计销售新能源汽车2.16万辆,同比增长884.98%。

北汽蓝谷指出,虽然公司2022年上半年新能源汽车销量较上年同期有所增长,但尚属爬坡阶段,规模效应尚未显现。与此同时,为提高产品竞争力,公司在品牌与渠道建设、研发投入上的成本持续增加。

小康股份表示,由于赛力斯新能源汽车产品研发持续投入,以及前期固定资产投入较大,产销量尚处于爬坡阶段,折旧及摊销费用有所增加。随着赛力斯新能源汽车产品的市场推广,营销费用、人工成本有所增加。

下半年销量预期向好

中国汽车工业协会预测,2022年,我国汽车销量有望达到2700万辆,同比增长3%左右。其中,乘用车销量预计2300万辆,同比增长7%左右;商用车销量预计400万辆,同比下降16%左右。

“从了解的部分企业判断,大家普遍对乘用车需求预期比较积极,但考虑商用车受多重因素影响,持续下降趋势没有明显改善,且影响需求的不确定因素仍较多。”中汽协指出。

新能源汽车仍将保持高速增长。中汽协表示,新能源汽车2022年全年销量有望达到550万辆,同比增长56%以上。上半年新能源汽车产销尽管也受疫情影响,但各企业高度重视新能源汽车产品,供应链资源优先向新能源汽车集中,从目前发展态势来看,整体产销完成情况超出预期。

下半年,汽车供给端竞争将更加激烈,车企密集推出多款新车型,智能化、电动化已成行业大趋势。中泰证券研报显示,进入下半年,蔚来ES7、ET5以及新款866、理想L9、小鹏G9、哪吒S、问界M7等多款新车密集交付,叠加新能源汽车下乡活动和各地新能源车补贴政策的促消费作用,新能源车销量有望持续走高。

线下观影回暖 暑期档助力电影市场加快复苏

● 本报记者 于蒙蒙

近期,北京和上海陆续宣布恢复影院营业,进一步助力电影市场复苏。7月14日,全国营业影院总数达到9891家,全国影院营业率为81.3%。7月9日,大部分城市的营业率基本已恢复到去年同期水平。在《人生大事》《侏罗纪世界3》《神探大战》等多部影片的带动下,暑期档电影市场明显回暖。

灯塔专业版数据显示,截至7月15日,今年暑期档总票房(含预售)已突破33亿元。随着市场状况改善,包括《独行月球》在内的多部重磅影片也“跃跃欲试”,有望在暑期档登陆全国院线。

业内人士指出,尽管上半年电影市场整体不振,但暑期档已经呈现积极的复苏态势。未来优质影片的陆续上映,将带动更多的观众重回影院,中国电影市场今年下半年仍然可以期待上佳的票房成绩。

恢复形势向好

上半年,全国电影票房171.8亿元,较2021年同期下降37.7%;观影人次3.98亿,较2021年同期下降41.7%。但中国电影市场长期向好的趋势没有改变。随着北京和上海两大头部“票仓”的逐渐复工,以及

长达90多天的暑期档到来,此前被抑制的影院消费有望得到一定释放,电影市场也将重新恢复元气。

优质影片供给意愿上升是行业回暖的先行指标。《人生大事》《侏罗纪世界3》《神探大战》等多部影片陆续登陆全国院线,持续推动观影热情回升。灯塔专业版数据显示,6月全国电影票房达到19.2亿元,市场迎来明显回暖,行业龙头万达电影6月票房较上年同期增长6.9%。截至7月15日,今年暑期档总票房(含预售)已突破33亿元。

影院端的恢复进度更加喜人。据灯塔专业版营业地图显示,7月14日全国营业影院总数达9891家,全国影院营业率81.3%,其中,上海营业影院总数116家,营业率33.3%。而在上周六,全国总场次突破37万,也已经恢复至去年同期的94%,大部分城市的营业率基本恢复到去年同期水平。

灯塔专业版分析师陈晋告诉中国证券报记者,从地区看,今年暑期档表现突出的是一些新一线、二线城市,例如武汉、长沙、佛山、郑州、惠州等,票房份额要比去年暑期档高出两成以上,主要是因为《人生大事》《神探大战》等影片在上述地区的票房表现更佳。

处于恢复期的电影行业也得到了政策呵护。5月底发布的《国务院关于扎实稳住经济一揽子政策措施的通知》提出,文化、体育和娱乐业等7个行业企业纳入按月全额退还增量留抵税额、一次性全额退还存量留抵税额政策范围。此外,各地纷纷出台帮助影院复工复产措施,如江苏宣布给予影院一次性补贴、减免租金。

大片或陆续到位

暑期档对于电影市场至关重要。根据灯塔专业版数据显示,历史上,暑期档(6-8月)为全年最强档期,其票房占全年比例接近30%。

当前,暑期档有25部新片待映,包括抗疫主题影片《你是我的春天》、科幻片《外太空的莫扎特》、喜剧片《学爸》、动作片《新秩序》、动画片《冲出地球》等,题材多元。

已定档影片中比较受市场关注的是《外太空的莫扎特》,目前其淘票票想看人数已突破17万,是已定档的待映影片中最高的。

“目前(观影情况)肯定是比较假期要好些的。”在重庆和四川自贡经营影院的星维影管负责人古丽娜坦言,但目前市场缺乏头部影片,导致无法有效吸引观众来到影院。

中国证券报记者采访的多位院线人士也给出了相同看法。“目前的影片供给相对去年同期还有所不足,尤其在7月中下旬的关键档期还缺乏高体量影片支撑。”一位不愿具名的电影行业人士说。

对比往年的暑期档来看,7月下旬的两周是暑期档大盘的高峰时段。截至目前,7月22日、7月29日两个档期暂未有票房体量的影片定档。而近期未定档的影片中,《独行月球》最受观众期待,影片近期发布新版预告,观众反响热烈,淘票票单日新增想看人数连续8天破万,累计想看人数已突破44万,而该片在猫眼平台的想看人数达到47.2万,两平台想看人数合计逾91万,观众对于该片颇为期待。中国证券报记者从多个消息源获悉,《独行月球》大概率有望登陆今年的暑期档。

古丽娜直言,若《独行月球》确定上映,对于电影市场将起到极大提振作用,将带动更多的观众入场,档期内的其他影片也会受益。

上述空窗期有望迎来破局。“暑期档是全年票房体量数一数二的档期,本身有很强的刚需。”陈晋判断,

33亿元

灯塔专业版数据显示,6月全国电影票房达到19.2亿元,市场迎来明显回暖。截至7月15日,今年暑期档总票房(含预售)已突破33亿元。

随着市场的逐步回暖,后续片方或择机释放优质影片。

下半年行业复苏可期

暑期档同样是中国电影市场复苏的“试金石”。

陈晋表示,2021年的暑期档,《中国医生》《怒火·重案》均取得10亿元以上票房表现,给去年下半年市场带来了复苏信心,随后的国庆档诞生了国内影史票房冠军《长津湖》。他相信今年暑期档也能够复制去年同期表现,止住上半年的市场颓势。

而相关片方的储备也为该档期提供依据。上半年,万达电影子公司万达影视主控的电影均未能如期上映。近期,万达电影排片安排多部优质作品定档上映,其中《你是我的春天》和《海底小纵队:洞穴大冒险》分别于7月1日和7月9日上映。除此之外,主旋律题材的《维和防暴队》等预计也将于今年上映。

阿里影业也不落下风,该公司参与主投了《外太空的莫扎特》《新神榜:杨戬》《独行月球》,还以联合发行的身份参与了近期热映的《神探大战》。

亦有公司在此期间选择“抄底”,为市场复苏蓄力。横店影视7月6日公告,公司及其关联方拟联合第三方通过支付现金收购星映影院100%股权,总对价不低于30亿元,其中公司拟收购约70%股权。业内人士认为,若收购完成,横店影视的票房市占率有望升至行业第二。

外片的加速引进也成为中国电影市场整体性恢复的另一个引擎。今年以来进口片的引进时差明显缩短,头部影片《神奇动物:邓布利多之谜》《侏罗纪世界3》在海外及中国同步首映。广发证券传媒首席分析师旷实在其研报中表示,展望未来,预期好莱坞大片的供给将随着海外疫情形势好转明显修复,定档在今年下半年的好莱坞大片包括漫威的《雷神4:爱与雷霆》《黑豹2》,DC漫画公司的《DC萌宠特遣队》《黑亚当》,阿凡达续作《阿凡达:水之道》等。

劲旅环境:打造环保领域优秀综合服务运营商

● 本报记者 倪铭

7月15日,劲旅环境在深交所主板上市。上市首日公司迎来“开门红”,截至收盘,股价上涨28.92%,达到44.49元/股,总市值近50亿元。

当日,劲旅环境举行上市仪式并通过“中国证券报·中证网”全程直播。劲旅环境董事长于晓霞表示,将借助登陆资本市场契机,持续进行研发创新,夯实公司稳定运营和发展基础,提升可持续经营能力,打造环保领域优秀的上市公司。

业务规模稳步提升

劲旅环境是一家主要从事环境卫生领域投资运营管理服务及装备制造业务的环卫综合服务运营商。

劲旅环境是全国范围内首批以PPP模式开展城乡环卫一体化业务的企业之一。凭借环卫一体化PPP模式先发优势带来的示范推广效应,截至目前,公司已在安徽等区域开展环卫特许经营项目共计22个,其中PPP项目19个。

近年来,劲旅环境积极拓展特许经营业务、传统城乡环卫业务以及装备制造业务,业务规模稳步提升。2019年、2020年和2021年,公司营业收入分别为9.92亿元、12.25亿元和13.69亿元,保持稳定增长趋势。劲旅环境表示,将进一步提升公司的资金实力、技术装备水平及市场开拓能力。

重视研发投入

凭借近二十年行业经验及服务与



公司供图

制造协同优势,劲旅环境利用“安徽省固废处理工程研究中心”“安徽省环卫装备制造创新中心”两个省级开发平台,攻克了环卫行业实操环节的诸多难题。

目前,公司拥有各类专利共计102项,其中发明专利19项。公司先后开发出各类小、中、大型生活垃圾压缩设备60余种,各类环卫车辆30余种。涵盖垃圾收运、机械清扫及道路冲洗等多个领域,已成为行业内系列化程度高、品类齐全的生活垃圾压缩设备及环卫车辆供应商之一,是工信部发布的《国家鼓励发展的重大环保技术装备目录

(2020年版)》供需对接指南中垂直垃圾压缩装备的主要支撑单位。

截至2021年末,公司拥有研发人员90余人,专业覆盖机械设计、汽车工程、环境工程、计算机、自动化等多个领域。公司产品开发中心主要通过PDM系统平台、SolidWorks设计软件等进行环卫装备的开发。同时,公司采用物联网的数据采集、传输、处理技术,进行智慧环卫平台的搭建与开发。

提高市场占有率

劲旅环境本次拟募集资金不超过

9.61亿元,扣除发行费用后的净额不超过8.2亿元。公司将投入5.7亿元募集资金用于城乡环卫项目配套资金项目,1.7亿元募集资金用于装备制造能力提升项目,8000万元用于智慧环卫信息化系统升级改造项目。

劲旅环境表示,未来三年,公司将以上市为契机,巩固安徽、江西等现有区域市场地位的同时,提升中部地区的市场占有率,不断拓展全国业务。

研发投入方面,公司将加大外部高端技术人才引进和内部员工培养的力度,建立长效机制,不断提高公司的技术人才数量和整体水平。