

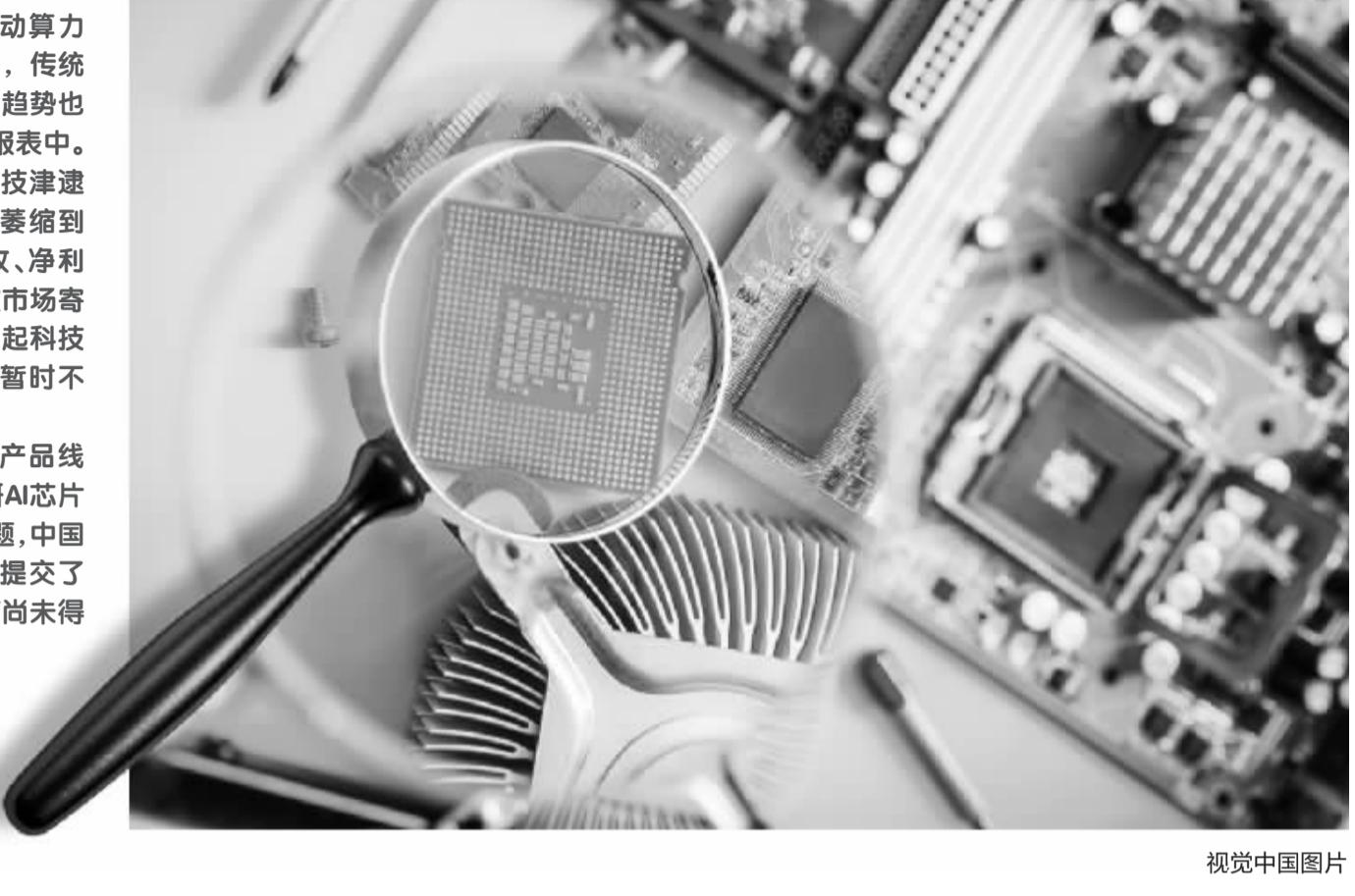
津逮服务器盈利能力遭质疑

澜起科技“第二增长线”消退

人工智能大模型搅动算力江湖, GPU算力一卡难求, 传统算力“无人问津”。这种趋势也体现在上游芯片厂商的报表中。2023年上半年, 澜起科技津逮服务器平台产品线营收萎缩到仅0.14亿元, 令公司营收、净利双双暴跌。与此同时, 被市场寄予厚望的AI芯片业务, 澜起科技称, 还没有到量产阶段, 暂时不能给公司贡献营收。

就津逮服务器平台产品线未来发展定位、公司在研AI芯片前景及其量产计划等问题, 中国证券报记者向澜起科技提交了书面采访提纲, 截至发稿尚未得到公司方面回复。

●本报记者 杨洁 王可



视觉中国图片

战略布局面临考验

生成式人工智能应用爆发, 让各行业对智能算力的需求远超传统通用算力。而智能算力所需芯片大多指向英伟达的GPU。这种需求转向, 让国内外算力产业链公司业绩状况出现明显“冰火两重天”。英伟达GPU在国内限制性供应, 进一步影响了服务器厂商出货。

澜起科技2016年起联合英特尔、清华大学研发津逮CPU及服务器平台, 被视作公司“第二增长线”。澜起科技曾于互动平台披露, 包括新华三、长城超云、宝德、联想等在内的多家服务器厂商已导入津逮CPU并研发出相应的服务器机型, 2021年、2022年津逮服务器平台产品线分别取得8.45亿元、9.37亿元收入, 在公司收入结构中占比分别为32.98%、25.52%。

如今, 服务器市场进入去库存周期, 需求骤然变化, 让澜起科技这一战略布局遭遇极大的危机考验。澜起科技2023年半年报显示, 今年上半年公司实现营业收入9.28亿元, 同比减少51.87%; 实现归属于上市公司股东的净利润8185.58万元, 同比暴跌87.98%。

公司解释称, 收入下滑主要是受到服务器及计算机行业需求下滑导致客户去库存影响。2023年上半年, 公司综合考虑库龄及市场价格等因素, 对存货(主要为津逮CPU)进行了资产减值测试, 计提存货跌价准备1.45亿元。在业绩交流会上, 澜起科技高管表示, 如果继续维系目前津逮的销售策略, 不排除可能需要进一步计提的风险。

澜起科技拥有两大产品线, 互连类芯片产品线和津逮服务器平台产品线, 津逮服务器平台产品线收入大幅下滑正是公司业绩暴跌的主要原因。2023年上半年, 上述两块业务占公司营收比重分别为98.14%、1.49%。具体来看, 2023年上半年, 公司互连类芯片产品线实现销售收入9.1亿元, 同比下降26.37%; 而津逮服务器平台产品线实现销售收入仅0.14亿元, 同比下降高达98%。

英特尔相关业务也受到影响。今年二季度, 英特尔的数据中心和人工智能事业部(DCAI)实现营收40.04亿美元, 同比下滑15%, 经营亏损1.61亿美元。英特尔表示, 传统服务器需求仍然疲软, 公司预计下半年终端库存去化仍将持续。

中信证券徐涛团队认为, 目前传统服务器行业库存处于高位, 同时下游客户资本支出转向AI领域, 整体需求复苏相对缓慢。

毛利率水平低

津逮服务器平台产品线给澜起科技业绩带来拖累, 有投资者提出疑问: 该业务毛利率水平低, 如今又贡献不了多少收入, 是否还应该继续作为公司业务重点?

在2022年年报中, 澜起科技津逮服务器平台产品线的毛利率为10.54%, 而互连类芯片产品线的毛利率达58.72%。但公司在接受投资者调研时始终强调看好津逮服务器市场发展空间: “从长远来看, 津逮CPU聚焦于中国本土服务器市场, 潜在市场空间大, 市占率有很大提升空间。”

澜起科技推出津逮CPU是瞄准国内数据中心市场。澜起科技表示, 自2019年推出津逮CPU以来, 一直致力于满足本土市场对安全可信计算的需求。

根据澜起科技公告, 津逮服务器平台是在英特尔至强通用处理器技术的基础上, 融合清华大学可重构计算处理器(RCP)模块以及澜起科技混合安全内存模组(HSDIMM),

构成动态安全监控技术(DSC), 以满足国内数据中心对高安全、高性能计算的迫切应用需求。

也就是说, 澜起科技的津逮服务器CPU是在英特尔CPU内核上加装国产安全模块。根据公司此前披露的信息, 英特尔提供的通用CPU内核芯片在津逮服务器CPU成本中的占比在90%左右。这决定了澜起科技津逮服务器平台产品线毛利率水平低。

澜起科技微信公众号信息显示, 今年2月, 在北京举办的“首批可信计算认证产品发布会”上, 联想津逮服务器获颁“可信计算产品认证证书”。但业内人士表示, 这并不等同于信创资质。

在2023年半年报电话交流会上, 澜起科技高管表示, 会在未来的津逮产品路线图中加大自研比例, 提升基于安全和算力方面的解决方案能力, 满足国内对信息安全、对国产化的要求。

AI芯片征途漫漫

当前, 津逮服务器平台产品线遇冷, 而澜起科技的AI芯片仍未量产, 难以在短时间内对业绩有实质性贡献。

澜起科技在半年报中称, 其在研的第一代AI芯片解决方案由AI芯片等相关硬件及相应的适配软件构成, 采用近内存计算架构, 主要用于解决AI计算在大数据吞吐下推理应用场景中存在的CPU带宽、性能瓶颈及GPU内存容量瓶颈问题, 应用场景涵盖互联网领域大数据吞吐下的推荐系统、NLP(自然语言处理)等。

澜起科技对其在研AI芯片披露的细节不多。从目前信息来看, 澜起科技的第一代AI芯片目标不是用于大型训练场景, 而是用于推理场景, 是否进行量产尚未确定。

澜起科技在半年报业绩交流会上表示, 公司AI芯片还没有到量产阶段, 暂时不能给公司贡献营收。AI芯片定位是瞄准大数据吞吐下的推理应用场景, 第一代不支持大模型, 但未来趋势是支持大模型, 会根据客户的反馈决定选择优化量产第一代, 还是直接做第二代。

AI芯片赛道任重道远。国内头部AI芯片公司包括寒武纪等。寒武纪今年上半年实现营业收入1.14亿元, 同比下降33.37%; 归属于上市公司股东的净利润为-5.45亿元, 上同期为-6.22亿元。

锁定英伟达GPU依然是很多人工智能大模型厂商首选。一位AI从业者坦言, 国内AI芯片做得好的也只到70%-80%水平, 并且整个软硬件生态还差得比较多。

旅游热带动业绩增长

酒店类上市公司加大扩张力度

●本报记者 孟培嘉

在“旅游热”带动下, 酒店行业上市公司上半年业绩增长显著。中国证券报记者梳理发现, 多家公司加大开店力度, 拓展餐饮业务, 开启新一轮布局。业内人士表示, 具有规模优势的公司未来有望持续受益“旅游热”。

业绩回暖

2023年上半年, 酒旅消费市场整体呈现复苏态势。据文化和旅游部公布的数据, 2023年上半年, 国内旅游总人次23.84亿, 同比增长63.9%; 国内旅游收入2.3万亿元, 同比增长95.9%。

受益于此, 多家酒店行业公司上半年业绩表现亮眼。

上半年, 金陵饭店实现营业收入8.87亿元, 同比增长34.7%; 归母净利润为3118.11万元, 同比增长916.61%。公司自营酒店项目主要包括位于南京新街口CBD的五星级酒店“南京金陵饭

店”与集超五星级酒店、国际5A智能写字楼等为一体的高端综合体“亚太商务楼”等。

君亭酒店上半年实现营业收入2.21亿元, 同比增长57.13%; 归母净利润为2008.93万元, 同比增长36.4%。

值得关注的是, “经济型酒店涨价”话题此前受到市场热议, 相关公司业绩也有所体现。锦江酒店上半年实现营业收入68.06亿元, 同比增长32.15%; 归母净利润为5.23亿元, 实现扭亏为盈。首旅酒店今年上半年实现营业收入36.08亿元, 同比增长54.76%; 归母净利润为2.8亿元, 同样扭亏为盈。

此外, 港股上市公司华住集团此前发布的财报显示, 公司二季度收入为55亿元, 同比增长63.5%。目前, 公司在营酒店数量达8750家, 其中经济型酒店4872家。

深化转型

梳理相关企业业绩增长原因, 除行

业需求复苏外, 不少公司持续深化业务转型。

如金陵饭店除深耕酒店主业外, 创新餐饮经营, 搭建婚喜宴专业服务平台, 圆满完成第三届江苏发展大会海内外嘉宾住宿和欢迎晚宴接待服务等重要活动600余批次, 报告期内荣获“南京市十佳旅游饭店”等称号。

锦江酒店积极推进数字化转型, 强化信息管理中心组织转型和能力建设, 建立依附于数字化平台的业务模式, 报告期内, 公司开启直销数字化转型, 会员直销预定率不断提升。上半年, 公司有效会员总数达到18972万人。

君亭酒店则从物业升级、产品升级、技术升级、管理升级等路径持续优化品牌定位。其中, “君亭酒店”进一步强化城市休闲特色, 明晰产品休闲元素, 强调东方文化特色; “夜泊君亭”通过“城人事美”的探索, 立足当地城市故事、建筑人文故事等, 将酒店转化为文化内容运营者。

扩张门店

《2023年中国酒店业发展报告》显示, 截至2022年末, 国内酒店整体连锁化率约为39%, 距发达国家和地区60%以上的酒店品牌连锁化率仍有较大空间。今年上半年, 多家上市公司抢抓行业回暖机遇, 扩大门店布局。

以华住集团为例, 公司第二季度境内开业、关闭酒店分别为374家、216家, 净增加158家; 当季境内新签约酒店1054家, 截至6月末境内签约待开业酒店已达2808家。

今年6月, 君亭酒店与重庆市渝北区文化旅游发展委员会签署合作协议, 拟投资2.1亿元在重庆分批次开设多家高品质酒店。公司此前在接受调研时表示, 项目拓展方面, 核心城市矩阵式发展战略得到落实。华福证券认为, 连锁化为酒店企业可持续发展提供动力。部分头部连锁酒店通过不断扩张提高市占率, 以规模为抓手, 实现成本优化。

电影暑期档总票房超206亿元

创多项影史纪录

●本报记者 李媛媛
见习记者 杨梓岩

截至8月31日19时, 今年电影暑期档(6月1日-8月31日)总票房超206亿元, 总观影人次突破5.04亿, 总场次达3461万场。票房超20亿元的影片有4部。上述数据均刷新中国影史暑期档纪录。同时, 国产电影强势爆发, 喜剧、科幻、动画等多种题材影片百花齐放, 《消失的她》《孤注一掷》《八角笼中》《封神第一部》《长安三万里》位列暑期档票房前五名。影视行业强势复苏, 推动相关上市公司业绩增长。

国产影片表现突出

在CGV星星国际影城北京奥体店, 观影爱好者杨女士告诉中国证券报记者: “这个暑假电影市场每周都有新看点, 刚看完一部朋友圈刷屏的影片后, 另一部又火了起来。”

题材丰富、口碑良好、票房高涨是今年暑期档的显著特点。数据显示, 今年暑期档排片量为167部, 近十年来仅次于2021年(169部)的暑期档。今年暑期档票房前五名《消失的她》《孤注一掷》《八角笼中》《封神第一部》《长安三万里》均为国产影片。票房超20亿的影片达4部, 为中国影史同档期之最。

今年电影暑期档供给充足。中国人民大学新闻学院副教授、中国高校影视学会实验教学专委会副秘书长何天平认为, 今年暑期档国产片重题材、重内容, 深刻回应现实关切。如《孤注一掷》《八角笼中》等作品都具有强烈的现实主义精神, 能够引起社会层面的情感共鸣。

在中国传媒大学媒体融合与传播国家重点实验室教授熊亮看来, 喜剧档国产电影类型和风格多样化, 提高了观众的观影热情。灯塔专业版数据分析师陈晋表示: “国产影片与用户观影习惯相匹配, 将低频观众重新拉进电影院。”

影视行业强劲复苏

今年电影暑期档, 多部影片实现票房口碑双丰收, 提升了电影市场活力。今年以来, 影视行业加快复苏。国家电影局最新统计数据显示, 今年上半年国内电影总票房为262.71亿元, 同比增长52.91%, 已恢复至2019年的84.29%; 观影总人次为6.04亿, 同比增长51.76%, 恢复至2019年的74.85%; 其中国产影片票房为199.44亿元, 同比增长44.7%。

方大特钢推进精细化管理 提高企业运行质量和效益

●本报记者 齐金钊

8月31日, 中国证券报记者从中钢集团获悉, 公司积极应对下游需求减弱、上游原燃料价格高位运行等多重压力, 在确保安全环保的前提下, 生产经营平稳有序。2023年上半年, 公司钢铁产品产销量分别为192.62万吨、192.45万吨; 实现营业收入133.89亿元, 归属于上市公司股东的净利润为2.85亿元。

综合工艺水平领先

2023年上半年, 钢铁行业下游需求恢复不及预期, 钢价低位震荡, 成本端保持相对高位, 钢铁行业盈利空间受到严重挤压。在钢铁行业盈利水平整体下滑、下游市场需求持续不及预期的背景下, 方大特钢依靠精细化管理等手段上半年依然保持盈利, 公司生产经营体现出相对优势。

方大特钢表示, 公司坚持普特结合的产品路线, 走“低成本、差异化、特色化”发展道路, 以创新为驱动, 通过持续的管理提升, 保持综合工艺水平领先、吨钢利润率领先, 确保“两个升级”战略任务的达成。

在普特结合战略升级中, 公司坚持“做普钢中的特钢, 特钢中的普钢”, 持续做好产品结构优化, 巩固优势品种, 开发市场容量较大的普特结合产品。在普特结合战略升级中, 公司不断提升品牌影响力, 提高整体盈利能力。

方大特钢表示, 精细化管理的不断落实, 使得公司得以保持突出的成本竞争力, 有效提升了公司的经营业绩, 公司销售利润率、吨钢材盈利水平、净资产收益率等指标多年来保持在行业上市公司第一方阵。

亿元, 国产影片份额为75.92%。

事实上, 端午档的市场表现已打下坚实基础。陈晋表示, 往年暑期档高峰一般在七月中下旬, 但今年《消失的她》在端午档爆发, 为暑期档上演“梦幻开局”。从《消失的她》上映首日开始, 单日大盘票房连续63天突破1.5亿元, 周末票房更是连续多周保持在4亿元以上。

暑期档总票房成绩亮眼, 伴随多部高关注度影片定档, 机构纷纷调高全年票房预期。开源证券预测, 基于暑期档优质国产电影驱动下人们观影意愿提升, 加上后续或有更多影片定档国庆档, 国庆档票房超预期的概率增大。拓普数据预测, 后续票房10亿元以上影片包括国庆档《坚如磐石》《志愿军: 雄兵出击》, 以及贺岁档《潜行》。西部证券认为, 热门影片将进一步提振电影市场, 上调全年票房预期至570亿元, 恢复到2019年90%左右的水平。

相关公司业绩喜人

2023年半年报披露已收官。记者梳理发现, 在27家影视上市公司中, 盈利企业超六成, 进一步凸显经营环境好转。电影行业全面回暖、电影票房持续增长。

横店影视上半年实现营业收入11.72亿元, 同比增长40.69%; 净利润1.13亿元, 同比扭亏。上年同期亏损6824.23万元。公司参与出品的电影《扫毒3: 人在天涯》《超能一家人》《热烈》《念念相忘》《燃冬》已在暑期档上映。

中国电影上半年实现营业收入28.57亿元, 同比增长87.95%; 净利润为3.6亿元, 同比增长1684.56%。上半年, 中国电影的创作、发行、放映、科技以及服务五大业务板块营收均呈现增长态势。在暑期档中, 中国电影参与发行了《消失的她》, 参与出品并投放市场的电影有《长安三万里》《孤注一掷》。下半年, 公司出品发行的电影《前任4: 英年早婚》《志愿军: 雄兵出击》已定档中秋档、国庆档。光线传媒上半年实现净利润2.03亿元, 同比增长1.12%。上半年, 光线传媒参与投资、发行的影片包括《深海》《满江红》《交换人生》《中国乒乓之绝地反击》《这么多年》, 总票房约62.59亿元。下半年仍有数部优质影片具备上映条件, 如《坚如磐石》已定档国庆档。其他电影项目如《扫黑·拨云见日》《大雨》等有望年内上映。

在核心竞争力方面, 方大特钢介绍, 公司拥有全流程生产工序, 装备与产品结构高效匹配。公司拥有焦炉、石灰窑、球团、烧结等完备的铁前工序, 拥有转炉、精炼炉、真空炉、棒材生产线、高速线材生产线、弹扁生产线、优特钢生产线等高效匹配的钢后工序; 围绕吨材成本最低、效益最大原则, 各工序发挥自身的优势, 做好工序衔接、界面优化、整体联动, 提高企业运行质量和效益。

同时, 方大特钢以性价比为主线, 在保障生产稳定运行的前提下, 通过配料结构优化、经济利用煤、矿、废钢和生铁, 降低采购和生产成本。

近年来, 方大特钢坚持推进精细化管理, 增强企业抗市场风险能力。据介绍, 公司以日成本动态为抓手, 不断提升公司生产经营管理水平; 公司建立了全员、全面、全方位的“赛马”机制, 深挖各环节潜力; 公司建立了从采购、生产、销售到技术、设备、运营管理、后勤保障等各级各类职能部门全覆盖的降本创效体系, 并制定有效、可执行的措施, 保障降本增效落到实处。

方大特钢表示, 精细化管理的不断落实, 使得公司得以保持突出的成本竞争力, 有效提升了公司的经营业绩, 公司销售利润率、吨钢材盈利水平、净资产收益率等指标多年来保持在行业上市公司第一方阵。