

# 苹果产业链去年业绩稳健 机构加码调研

证券时报记者 严翠

随着A股上市公司业绩预告披露收官,备受市场关注的苹果产业链相关公司2023年业绩预告也已出炉。

证券时报记者粗略统计发现,截至目前,A股苹果产业链上蓝思科技、得润电子、长盈精密、精研科技、京东方A、比亚迪、安洁科技、当升科技、顺络电子、立讯精密等多家上市公司已披露2023年业绩预告,其中大部分业绩保持稳健。

## 业绩整体稳健

具体来看,蓝思科技是苹果外观防护及功能件供应商,该公司预计,2023年净利润29.38亿元~30.61亿元,同比增长20%~25%。

蓝思科技表示,报告期内,在客户的大力支持下,公司较好地完成了年度产品研发、生产、交付任务,消费电子与新能源汽车两大类业务保持良好发展态势。同时,公司深入推进降本增效,提高自动化水平,提升产能利用,提高良品率,提高人机效率,优化各项费用性开支,使公司综合运营成本进一步降低,经营效益进一步提升。

立讯精密是苹果iPhone、iWatch等的组装企业以及精密结构件供应商。该公司预计2023年实现净利润107.67亿元~112.25亿元,同比增长17.5%~22.5%。

立讯精密表示,报告期内,公司加强对现有业务的开拓以及新领域、新技术、新产品的前瞻布局,并以精密智能制造大平台和工艺制程的自主研发优势为依托,实现公司在消费电子、通信、汽车等领域各项资源互联互通,打造完整的产业垂直整合闭环,推动公司经营朝预期方向稳健发展。

顺络电子则预计2023年盈利6.3亿元~7.4亿元,同比增长45%~

70%。顺络电子表示,2023年,公司始终坚持聚焦大客户战略,目前客户群已涵盖了通讯、汽车电子、光伏及储能、新能源、消费等行业全球众多标杆企业,科技创新及市场开拓驱动公司业务发展,双驱动市场应用领域不断拓展,产品线不断丰富,推动公司业务向前发展,2024年,公司将进一步开展管理变革,加大科技创新力度,持续开拓新兴市场,不断推动公司向创新型企业发展,实现公司业务持续增长。

另外,受益于新能源汽车及消费电子等业务高速发展,比亚迪预计2023年净利润290亿元~310亿元,同比增长74.46%~86.49%。

比亚迪表示,2023年,新能源汽车行业继续保持高速增长态势,公司新能源汽车销量再创历史新高,进一步巩固了全球新能源汽车销量第一的领先地位。尽管行业竞争更为激烈,公司凭借品牌力的不断提升、出海销量的快速增长、持续扩大的规模优势和强大的产业链成本控制能力,盈利实现大幅改善,展现了强大的韧性。与此同时,手机部件及组装业务方面,受益于海外大客户业务份额提升及安卓客户需求回暖、新能源汽车和新型智能产品业务高速增长,产能利用率明显提升,业务结构进一步优化,盈利能力显著改善,盈利实现大幅增长。

此外,安洁科技预计2023年盈利2.5亿元~3.7亿元,同比增长6.27%~57.28%。安洁科技表示,报告期内,公司不断提升在新能源汽车、智能手机、一体机电脑、笔记本电脑、平板电脑、VR/AR/MR等领域的产品竞争力,积极开拓新业务,并且在以上领域不断提升业务订单。

IDC数据显示,2023年全球智能手机出货量为11.7亿部,同比下降3.2%。2023年,苹果iPhone出货量2.35亿部,同比增长3.7%,苹果超过三星获得全球智能手机市场出货量第一的位置。IDC认为,全球智能



图虫创意/供图 陈锦兴/制图

手机市场仍然面临挑战,但复苏势头有所显现。

## 机构密集调研

近段时间以来,机构密集调研苹果产业链个股。

东方财富Choice数据显示,2024年1月以来,机构密集调研28家苹果产业链公司。其中,精测电子、工业富联、京东方A、欣旺达等21家公司均获得10家以上机构调研。

精研科技近日接受机构调研时表示,公司这些年一直在做直板手机,过去主要客户是北美大客户,产品主要是内置精密结构件,未来,客户方面,公司会逐步拓展国内外的其他大客户在直板手机零部件产品方面的需求。产品方面,也不再仅限于内置结构件,会拓展客户对外观件等价值量较大的产品需求,也会配合客户进行新材料、新应用方面的研发,但落地与否、何时落地、及客户的需求及产品量级都会存在一定的不确定性。

精研科技表示,创新是关键,是存活和发展的根本,2024年公司将继续抓住大客户,包括国内外的重点大客户,配合客户做持续的创新,给客户带来新的价值。

环旭电子接受机构调研时表示,去年整个消费电子行业都面对库存去化的压力,当前来看整个行业的库存去化水平已然不错,预计下半年整个行业会有更好的表现。2024年和2023年相比,整体成长较为稳健,2024年上半年公司收入成长预计与去年同期相比持平,下半年预计将有两位数的成长。

欣旺达是苹果电池供应商。在机构调研时,欣旺达表示,在消费电子方面,随着换机周期到来,AI等技术手机、笔记本上逐步推广应用,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份额基础上积极开拓新的市场,提升芯片自供率,为公司业务提供新增增长点。

京东方A是苹果手机面板供应商。京东方A表示,2022年以来,受手机换机需求减弱影响,手机面板

市场需求持续低迷,随着经济复苏和智能手机需求增长,预期行业有望实现温和反弹或复苏,随着柔性AMOLED渗透率的提升,柔性AMOLED技术在智能手机领域的应用将保持相对确定的增长。

长盈精密近期接待机构调研时表示,公司2022年开始向客户提供钛合金手表零件,2024年会供应更多新款的钛合金手表。2023年iPhone15系列上使用了钛合金中框,2023年下半年起已经有多个客户找公司开发钛合金手机中框,目前已经有产品开始出货,预计2024年公司的钛合金产品会较2023年增长数倍。

国泰君安证券认为,消费电子行业已走过自2020年以来需求的疲软期,2024年即将迎来新一轮换机周期。



# 晶科能源董事长李仙德:行业低迷时期保持战略耐心 技术创新迈入“无人区”

证券时报记者 刘灿邦

回归A股两周年之际,晶科能源(688223)董事长李仙德接受了证券时报媒体采访,就当下市场热点进行交流。

去年以来,A股光伏板块持续大幅下跌,市场恐慌情绪蔓延。采访中,李仙德多次提出,当前阶段需要有对战略的坚持与耐心,“战略就是每一次你需要做重大决策时最重要的衡量标准,我们不会因为个别来自市场的意见或者短期的股价变化影响战略的执行。”

## 本轮产能出清 会比想象更快

行业如何走出当下的产能过剩阶段是频繁提及的话题,李仙德认为,本轮产能淘汰可能会比业界想象的更快。一方面,如同2017~2018年多晶硅产能迅速被淘汰一样,在供大于求的情况下,2023年没有盈利的产能将不可持续,会被快速淘汰,“我所指的是一些没有竞争力的产能”。

李仙德还提到,没有市场能力、没有持续开工能力的产能也会被快速淘汰,特别是因为光伏企业需要通过持续生产来提升效率和降低成本。

此外,由于光伏行业需要持续提升效率,李仙德认为,没有持续投入能力的产能也将很快被淘汰。他以晶科为例, TOPCon 电池已经提升到26%转换效率,2024年年底有望提升至26.5%,光伏组件功率也都在600W以上,如果某家参与者的产能还不能达到这样的效率、功率,将不具备竞争力。

过去两三年,除了头部企业大幅扩产以外,行业还涌入了大批跨界厂商,这轮行业洗牌后,跨界厂商命运如何?

李仙德认为,光伏是非常有挑

战的行业,主要体现在市场跌宕起伏、技术快速迭代以及全球贸易纠纷,这就需要全球化的能力。“这个行业更需要专业和专注,虽然有很多很优秀的企业跨界做光伏,但我并没有看到很多成功的案例,我认为,在这几轮波动中活下来还做得不错的企业都具备很强的竞争力,未来的竞争也会在这几家头部企业之间。”

近期光伏上市公司业绩预告纷纷出炉,由于去年第四季度急转直下,不少公司业绩不及预期,股价大跌也成为最直观的表现。

对此,李仙德向记者表示,一季度本身是光伏市场比较低迷的时候,叠加价格下降因素,当下肯定是行业最差的时点。

“由于恐慌情绪的存在,2024年一季度的市场需求会低于2023年四季度,但价格下降提高了光伏电站的投资收益,仍然看好2024年市场需求,相比2023年还会有20%的增长。”关于产能出清的节奏,李仙德判断,一季度可能是行业最低迷的时候,二季度、三季度经营状况则较为乐观,但他也提示,从业者仍然要做好未雨绸缪的准备。

## 组件价格将回到合理利润水平

正如前述,产品价格下降是当下光伏市场绕不开的话题,在近期央企组件招标中,甚至有企业报出了0.8元/W左右的低价。

李仙德认为,这一价格下,组件业务肯定是不赚钱甚至是亏损的。一个值得关注的现象是,在2023年1月到11月份的投标中,晶科能源中标率始终排在行业前三,但到了2023年12月及2024年1月,公司几乎没有新中标项目。

“在市场降价过程中,在这样一个不理性的市场里,晶科能源还是非理性性和谨慎的。”对此,李仙德

解释,不能说是某家企业盲目地推动价格下降,恰恰是基于对去年市场的判断,才会让晶科能源在最近两个月中没有去参与恶性竞争。

李仙德并不看好当前价格水平订单的持续性,且晶科能源不会在当前价格水平抢单,相应地,到了二三季度,产业链价格水平将出现调整。

对于组件价格反弹的力度,李仙德认为将调整到合理利润水平,这可能会是未来二季度的趋势,但一季度肯定是特别差的。他表示,因为产能利用率下降得非常快,会造成很多企业恐慌,并且很多企业对未来供应链的价格判断是不理性的,所以才会出现当前的报价,现在签订的订单价格在未来交付过程中肯定会对相关企业形成负担。

## 平衡产能建设与降低负债率

谈及近年来光伏企业纷纷赴海外建厂的背景,李仙德表示,一是因为美国的201、301等法案以及一些国家的反双反法案,迫使光伏厂商需要在第三国建立工厂,然后才能进入美国等市场。“我们在海外建厂,需要考虑的第一个问题是地缘政治,二是工业基础及产业链竞争力,这主要关系到成本,三是货币政策变化。”

关于美国市场,李仙德坦陈,因为某些针对性因素,晶科能源2022年和2023年并没有做好,但仍看好2024年美国市场表现。他说,“晶科能源在美国出货量会有大幅提升,主要是由于晶科进入美国市场通关顺畅,并且晶科能源也是唯一一家在规避调查中合规的中国光伏企业。”

其他市场方面,2023年晶科能源在中东已经达到40%以上的市场份额,李仙德认为,2024年中东市场需求仍会大幅提升。至于欧洲市

场,库存是业界普遍关注的话题,在组件价格下跌时,客户提货意愿不强,但并不意味着没有需求,近期红海事件以后,欧洲库存存在持续下降。”总体来看,虽然行业压力非常大,但晶科能源2024年出货量还将在2023年基础上大幅提升。”

与产能建设相关,李仙德也提到了晶科能源在降低负债率方面的考虑。在他看来,这是晶科能源最重要的一场仗。特别是从2024年全年去看,晶科能源将非常明确地、战略性地降低资产负债率。“晶科能源2023年四季度的负债率已经下降了,未来每个季度都有继续调降的计划。我们会在盈利和扩产上找到平衡来持续降低公司负债率。”

据悉,这一背景下,晶科能源几乎停掉了所有投资计划,只保留了山西大基地建设和越南的一个项目投资。李仙德说,越南的投资主要针对美国市场,因为订单就在那里,有明确的需求;山西基地的建设则代表着未来制造的趋势,行业不仅需要技术创新,更需要模式创新,所以一定要坚持把它完成。

“虽然现在市场面临一些产能过剩的挑战,但山西和越南的产能建设会为未来晶科能源提高行业竞争力提供很好支撑,同时并不会因为山西的投资而提升公司的资产负债率,我们能做到平衡,保证资产负债率的下降。”李仙德表示。

## 技术创新 进入“无人区”

在采访中,李仙德介绍,晶科目前拥有2000多人的研发团队,2022年的研发投入超过50亿元,2023年进一步提升。“我们会专注某一个领域,但由于技术已经进入‘无人区’,研发团队对所有技术路线都会跟进。”

“TOPCon、HJT、BC以及未来更远的钙钛矿,公司都会去覆

盖。”晶科能源是最早押注TOPCon的头部企业。李仙德介绍,公司TOPCon产品在成本上相对其他企业会有每瓦1分钱到2分钱的劣势;同时,公司TOPCon的效率相比其他头部企业也有1到2个档位的优势。“这样的细微差距,基于规模化的原因,产品竞争力和生产成本在业绩上被放大了。”

谈及其他技术路线,李仙德认为,HJT技术本身没有问题,但从产业化进度来看, TOPCon 已经跑得很快了,特别是TOPCon效率今年年底会达到26.5%,与HJT差距很小,但HJT仍然面临成本压力,在当前产能过剩的行业背景下,HJT或许很难有机会。

李仙德认为,未来晶硅电池的可行方向之一是TOPCon与BC结合的TBC。“BC技术把栅线做到电池背面,事实上, TOPCon 也能与BC技术叠加,但BC最大的问题是双面率不高,因此,在细分市场,特别是屋顶等,BC依靠其正面高效率优势还会有一些机会。”

至于钙钛矿,李仙德介绍,晶科能源在钙钛矿技术上的投入也比较大,已经将TOPCon叠钙钛矿的电池转换效率提高至32.33%,但是衰减只能维持6000小时。“从现在来看,钙钛矿形成足够产能并参与市场竞争的周期可能会比预期更长,行业会认为钙钛矿电池3年会形成规模,但公司认为,可能要5年左右才会形成一定规模的市场竞争,并逐渐推广。”

李仙德还提到晶科能源在专利方面的布局情况。据悉,公司已经申请了3500余项专利,并且已经拿到了2000多项专利,特别是在TOPCon领域,公司拥有绝大部分专利。“作为一家全球化企业,必须要尊重知识产权,这是企业该有的担当。同时,专利问题可以通过很多方式解决,比如授权、购买、交换,而不是去逃避。”

# 雪天盐业拟87.87亿元 建绿色低碳盐碱产业园

证券时报记者 余胜良

雪天盐业(600929)2月6日晚间公告,公司拟由全资子公司湖南省雪天盐碱新材料有限公司投资建设衡阳绿色低碳盐碱产业园项目(以下简称“衡碱项目”)。该项目总投资87.87亿元,项目资金来源为公司自有资金、银行贷款及股权募资等方式。

项目总用地面积1234.5亩,总建筑面积35.13万平方米,主要建设内容包括建设联合制碱、合成氨、盐硝联产、热电联产装置及配套公用工程和设施,根据当前已取得的批复规划,建成后预计形成产能合成氨60万吨/年、纯碱80万吨/年、氯化铵80万吨/年、工业盐150万吨/年。

项目建设期预计2年,计划于2024年6月正式开工,2026年6月完成施工建设(具体以实际情况为准)。

该项目落户于衡东经济开发区,项目用地已取得了调区扩区批复,但还未取得化工片区扩片批复;项目属于化工项目且是“两高”(高能耗、高排放)项目,部分手续尚需办理,环境影响评价、设立安全评价、节能审查等专项评价正在进行。

雪天盐业称将全力争取政府支持,加强与省直相关部门工作对接,落实项目政策有关要求,尽快完成开工前审批手续,早动工、早投产。

雪天盐业公告,项目所在地650公里区域范围内纯碱市场供需缺口较大,交通运输便利,项目建成后可迅速抢占市场份额,具有明显的区位优势。同时,近两年国内光伏玻璃产业仍处于扩张期,纯碱价格保持相对高位,项目盈利前景较好。

项目以衡阳地区盐卤资源为原料,通过盐碱氨一体化设计,采用国际先进、成熟可靠的工艺技术,最大限度地实现资源和能源的综合利用,单位产品能耗及排放指标均达到行业标杆水平,在节能降耗、综合利用、安全环保等方面具有明显优势。

雪天盐业提示,近两年国内纯碱行业利润率较高,未来随着部分纯碱产能陆续释放,市场可能存在产能过剩的风险。此外纯碱行业周期性明显,当整个行业处于低谷时,可能会导致企业出现周期性亏损。

# 认养一头牛 A股IPO折戟

证券时报记者 康殷

2月6日,上交所公告,因认养一头牛控股集团股份有限公司(简称“认养一头牛”)保荐人撤销保荐,根据有关规定,上交所终止其发行上市审核。

认养一头牛主要从事“认养一头牛”品牌乳制品的研发、生产与销售业务,产品包括多种款式的纯牛奶、酸奶、奶粉、奶酪等乳制品及生牛乳。公司以建立自有优质奶源为基础,逐步向自主品牌运营、自有生产基地拓展深化,形成了以线上销售与线下销售相结合的乳制品一体化经营体系。

报告期内,认养一头牛营业收入主要来源于主营业务,即乳制品及生牛乳销售业务,占比在95%以上。公司以线上销售渠道为主,积极拓展线下销售渠道,各期线上渠道销售收入占比保持在60%以上。

业绩方面,2019年至2022年上半年,认养一头牛营收分别为8.65亿元、16.5亿元、25.66亿元和15.97亿元;净利分别为1.08亿元、1.45亿元、1.4亿元和6814.31万元。

值得注意的是,认养一头牛销售费用持续增长。公司产品销售以线上渠道为主,2019年至2022年上半年,认养一头牛线上销售收入占主营业务收入的比例分别为62.30%、77.50%、77.67%和77.19%。

同时,2019年至2022年上半年认养一头牛销售费用分别为1.94亿元、3.03亿元、4.83亿元和3.52亿元,销售费用率分别为22.46%、18.35%、18.82%和22.02%,销售费用金额增长较快。认养一头牛表示,销售费用支出主要用于电商平台的产品销售及品牌推广。随着网购用户增量趋于稳定,主要头部电商平台的商家竞争日趋激烈,边际获客成本有所提高。

创新营销手法是认养一头牛快速崛起的法宝。认养一头牛仅用三年就实现天猫粉丝数从0到1000万。认养一头牛在官方微信称其不是一家卖牛奶的公司,是一家替用户养牛奶的公司,并鼓励消费者开启认养奶牛之旅。

事实上,“认养一头牛”并不会让消费者亲自“认养”一头牛,而是面向消费者提供云认养、联名认养以及实名认养三种模式,消费者可以通过云养牛小游戏、养牛合伙人模式来体验认养模式。

成立以来,认养一头牛吸引了多家机构投资。招股书显示,2021年4月,认养一头牛A轮融资,KKR、DCP(德弘资本)在内的知名机构入场,该轮融资估值达48.08亿元。