

# 机构开年调研忙 上市公司未来预期受关注

证券时报记者 张一帆

春节假期刚刚结束，潍柴动力、尚品宅配、湖南裕能等上市公司在龙年首个交易日接待了一批机构投资者调研。

在年初，各家上市公司对2024年的展望成为机构调研中的关注点，不少企业分享新一年的经营思路，并给出了乐观的预期。

机构调研活跃与市场乐观预期有关。有机构表示，受资本市场改革预期提振，投资者信心有所修复。结合长假期间主要市场尤其是港股市场的较好表现，以及较好的假期出行及消费数据，投资者情绪有望改善。

## 潍柴动力预期乐观

在山东，以重卡等商用车产品为招牌的潍柴动力于2月19日迎来东吴证券、富国基金等机构的调研。潍柴动力相关工作人员在调研中表示，对2024年重卡行业表现持乐观预期，其判断是“基于国内宏观经济形势持续向好、海外市场需求保持高位、重卡在物流运输中的重要地位及其自身效率优势等驱动因素”。

2023年，国内经济逐步复苏、出口市场表现亮眼等多重利好因素，推动中国重卡行业步入景气度上升通道。据中汽协数据，2023年重卡市场累计

销量约91万辆，同比上涨36%。潍柴动力也受益于这一轮市场上行，公司日前披露的业绩预告显示，潍柴动力2023年度预期实现盈利85.8亿元至93.2亿元，同比增长75%~90%。

在2024年，潍柴动力着重点明了大缸径发动机业务、天然气重卡业务两大发展重点。

潍柴动力表示，大缸径发动机作为公司战略新兴业务之一，该产品平均单价高、盈利能力强，近年来销量、收入均保持高速增长态势；而由于油气价差拉大，天然气重卡经济性优势突出，潍柴动力研判，天然气重卡及发动机市场存在进一步发展空间。潍柴动力表示，“公司将继续加大研发投入，提高技术水平和产品质量，提高市场竞争能力。”

## 尚品宅配谈下沉与降本

同样在上一年取得业绩上扬的尚品宅配，也在开年后的首个交易日接待了国盛证券、淡水泉、景顺长城基金等一批机构调研。尚品宅配此前曾披露，预计2023年净利润同比增长25%至62%，同时经营净现金流同比大幅改善。尚品宅配董事会秘书何裕炳表示，现金流层面持续释放的回暖信号给了公司信心。

“下沉”或将是尚品宅配在新年的一大关键词。过往尚品宅配的开店策

略更多集中在高线城市，2024年尚品宅配的战略方向上会继续聚焦定制与配套、大家居，大力推进招商与组织发展。何裕炳强调，2024年公司会把招商放在一个更重要的位置，招商速度会加快，下沉布局也会加快，有望带动加盟业务快速提升。

“提效降本”的思路则将在2024年继续贯彻。何裕炳表示，2024年、2025年还会继续进行直营店的优化和直营店转加盟店，通过结构调整和优化降低刚性费用，提升利润；此外，公司还会持续在人员组织发展、流程优化层面积极开展变革，并通过生产管理系统重构、生产流程优化与精益管理相结合，推动工厂降本增效，加强费用管控。

## 新能源短期面临挑战

竞争逐步走向激烈的新能源领域，一直是机构调研的重点领域，相关公司均表示行业长期向好，短期将面临挑战。

湖南裕能在接受调研时表示，2024年新能源行业发展面临结构性产能过剩等诸多挑战。不过湖南裕能同时也强调，新能源行业持续向好发展的大趋势没有发生改变，公司始终坚定看好行业的发展前景，预计2024年行业整体需求将保持增长趋势。

湖南裕能是国内主要的锂离子电池正极材料供应商之一，公司2023年前三季度出现了净利润同比下滑。湖南裕能透露，在2024年1月份，公司保

持了较高的开工率。湖南裕能表态，2024年公司将练好基本功，更加注重产品品质和研发创新，同时加强成本控制，并通过完善产业一体化布局，深挖降本潜力，提升核心竞争力，力求以好的业绩回报股东。

服务于微电网、储能等新能源领域的华自科技在2月19日接待调研时同样坦陈，目前新能源业务利润率不高，竞争激烈。在此环境下，华自科技将视线投向了海外。华自科技认为，目前海外新能源业务有较大的拓展机会，利润率也会更高，公司将力争以高附加值产品打造差异化竞争优势，同时努力挖掘国际市场上相对高毛利率的订单机会。

聚焦电力能源业务的长高电新则计划在2024年再上层楼，公司在2023年实现净利润同比158%至227%的增长。在2月19日接待调研时，长高电新透露，公司将不断开拓新的市场，包括南方电网市场以及主网外市场的销售渠道下沉，通过新产品和新市场的不断拓展提高公司整体竞争力和盈利能力。

机构在节后的调研延续了节前的高热度，其积极行动与对开年行情的乐观情绪有关。中金策略团队表示，A股市场经历前期调整后估值仍处于历史偏底部位置，节前投资者信心有所修复，结合长假期间港股市场表现，以及较好的假期出行及消费数据，中金策略认为投资者情绪有望继续改善。海通策略团队也认为，当前行情定性为市场大底的第一波反弹，也契合春季行情特征，时空仍可观。

# 重卡市场1月份销量大增 天然气重卡持续火爆

证券时报记者 黄翔

据中汽协数据，2024年1月份，我国卡车市场(含底盘、牵引车)共计销售28.88万辆，环比下降7%，同比增长82%。这其中，重型卡车市场(含底盘、牵引车)1月份销售9.69万辆，环比大增86%，同比大增99%。

车企方面，1月份重卡市场共有4家企业销量破万辆，月销万辆企业数较去年12月增加2家，其中重汽、解放、东风3家企业1月份分别销售重卡2.6万辆、2.4万辆、2.08万辆。

2023年，我国重卡市场以累销约91万辆，同比增长36%的成绩收官。2024年首月，重卡市场延续了上一年的良好势头。

据第一商用车网统计，纵观近5年1月份重卡销量及增幅，重卡市场在2020年、2021年和2024年都收获“开门红”，且增幅均不低，其中今年1月份重卡市场99%的同比增速为5年最高。从销量来看，今年1月份重卡市场9.69万辆的表现属于中等水平，在5年里排第三位。

业内人士认为，客观来看，今年1月销量大增的主要原因还是基于较低的前期销量(2023年1月不足5万辆，为5年最低)，加上今年1月份未像去年那样受春节假期影响，是一个完整的冲刺“开门红”的月份，因此，今年1月份重卡市场收获增长是意料之中，9.69万辆的销量则是一个不错的表现，让市场对2024年的重卡市场有了更高的期待。

从行业格局来看，近年来商用车头部车企未发生较大变化，中国重汽、一汽解放、东风公司、陕汽集团、福田汽车、江淮汽车等均位居前列。

据中汽协数据，2024年1月，中国重汽继续保持了“销冠”地位，1月份销量2.6万辆，同比增长92.48%，市占率26.88%；一汽解放1月销量2.4万辆，同比增长212.21%；东风公司1月销量2.08万辆，同比增长21.5%。

1月份重卡出口数据也较为抢眼。据山东国资委发布，1月份山东

重工集团旗下的中国重汽出口重卡突破1.3万辆，再次创下中国重卡行业单月出口新纪录；出口收入43亿元，同比增长46%。其中，近期在澳大利亚市场成功打破欧洲车企垄断，累计拿下700多辆高端商用车订单。

订单饱满的重卡市场也带火了潍柴发动机的产销，在山东重工旗下的潍柴发动机生产车间，1000台为重汽重卡配套的大马力发动机正加紧生产。1月份，潍柴发动机出口收入同比增长27%。此外，山东重工旗下企业山推股份出口收入增长42%，中通客车出口增长28%，潍柴智慧农业出口增长5%。整体上，1月份山东重工实现出口收入83亿元，同比增长41%。

重卡行业细分市场方面，牵引车作为重卡市场中最受关注的细分领域，在2024年首月同样收获“开门红”，销售达4.58万辆，同比增长88%，已实现“12连增”。

值得关注的是，天然气重卡为去年的行业黑马，今年仍持续火热。据统计，2023年国内共销售天然气重卡15.2万辆，暴涨超3倍，达到了历史峰值。新年伊始，面对油气价差带来的持续利好，重卡厂商继续加码燃气车市场。

据了解，天然气重卡的火爆源于天然气与柴油价格的价差形成的经济性，当天然气和柴油的价格之比低于0.7时，天然气重卡相对于柴油重卡在运营上更具性价比。

申万宏源表示，2023年起，天然气价格不断下降，全年均价为4.82元/公斤，同比下降28.87%，而柴油价格在8元/升左右，天然气和柴油的价格比最低达0.45。以当前0.64的价格比(天然气4.88元/公斤、柴油7.64元/升)计算，安全边际依旧较高。

西南证券认为，短期来看，北方供暖季结束后，天然气价有望继续回落，推动天然气重卡销量增长。长期来看，依托细分市场爆发机遇与海外市场支撑，叠加国内万亿债项目逐步落地带来的内需改善，重卡行业仍将保持复苏态势。

# 吉利汽车拟5.04亿元 出售睿蓝汽车45%股权

证券时报记者 梅双

2月20日，吉利汽车(00175.HK)在港交所发布公告，公司附属公司浙江吉润与吉利启征订立股权转让协议，浙江吉润同意出售及吉利启征同意购买睿蓝汽车45%股权，现金代价为5.04亿元。

吉利汽车公告显示，本次交易完成后，吉利汽车集团将不再持有睿蓝汽车的任何权益，并预计将从中获得约人民币1.17亿元的收益；而睿蓝汽车将由力帆科技及吉利启征分别持有55%及45%的股权。

资料显示，睿蓝汽车是吉利汽车和力帆科技共同出资成立的换电出行汽车品牌，定位于换电轻出行普及者。睿蓝汽车致力于建立智能换电生态，于2022年开展换电业务。

2023年6月19日，力帆科技公告，拟与浙江吉润共同对睿蓝汽车进行增资，增资总额8.5亿元，其中公司出资约4.94亿元，认缴约4.98亿元注册资本，浙江吉润出资约3.56亿元，认缴约3.53亿元注册资本。

此次增资完成后，睿蓝汽车注册资本将由6亿元增至14.5亿元，力帆科技对其持股比例由50%增至55%，浙江吉润持股比例则由50%降至45%。

睿蓝汽车官网显示，睿蓝汽车车型包括睿蓝7和睿蓝9，起售价分别为11.77万元、15.99万元。官网还

介绍，未来，睿蓝汽车将瞄准换电市场，在B端和C端同时发力，规划覆盖轿车、SUV、MPV，甚至物流车、轻卡以完全满足网约车、私家车、出租车、物流车等不同市场的需求。

“目前，睿蓝汽车的换电业务仍处于起步阶段，预期主要资源及持续的资金投资将用于发展换电生态及相关基础设施建设。”提及本次进行出售事项的原因，吉利汽车表示，鉴于该集团于中国汽车市场的竞争优势，将大部分资源集中投放于支持新能源汽车增长及出售换电业务可提升该集团的竞争力。

根据吉利汽车最新公布的销量数据，2024年1月，公司乘用车销量21.35万辆，同比增长超110%，环比增长约46%。继2023年11月单月销量首次突破20万大关后，公司单月销量又一次创下历史新高。公司新能源汽车销量持续向上突破，1月，新能源汽车(含吉利、领克、极氪等品牌)销量达6.58万辆，同比增长超过591%，环比增长超过14%，再创历史新高。

日前，吉利控股集团董事长李书福在新年致辞中指出，2024年吉利将继续加快新能源智能化转型，在智能网联、智能驾驶等领域构建领先的体系化优势和能力。其中，吉利控股集团旗下吉利汽车集团将在2024年挑战190万辆的销量目标，目标增长率超12%，同时新能源汽车销量计划增长超66%。

## 机构投资者去哪儿

# 折叠屏手机出货量连续4年增长超100%

证券时报记者 严翠

新春伊始，折叠屏手机去年(2023年)中国市场“成绩单”最新曝光：出货量约700万台，同比增长超过100%，此乃自2019年首款产品上市以来，中国折叠屏手机市场连续4年同比增长超过100%。

值得一提的是，专业研究机构指出，随着安卓厂商和上游供应链持续加大研发投入，硬件技术改进成熟，软件系统应用优化，消费者使用体验感不断提升，折叠屏手机价格的进一步下探，也使得更多消费者愿意尝鲜使用折叠屏手机。

## 去年出货量大增

2月20日，两大国际研究机构同步出炉2023年中国折叠屏手机市场报告。

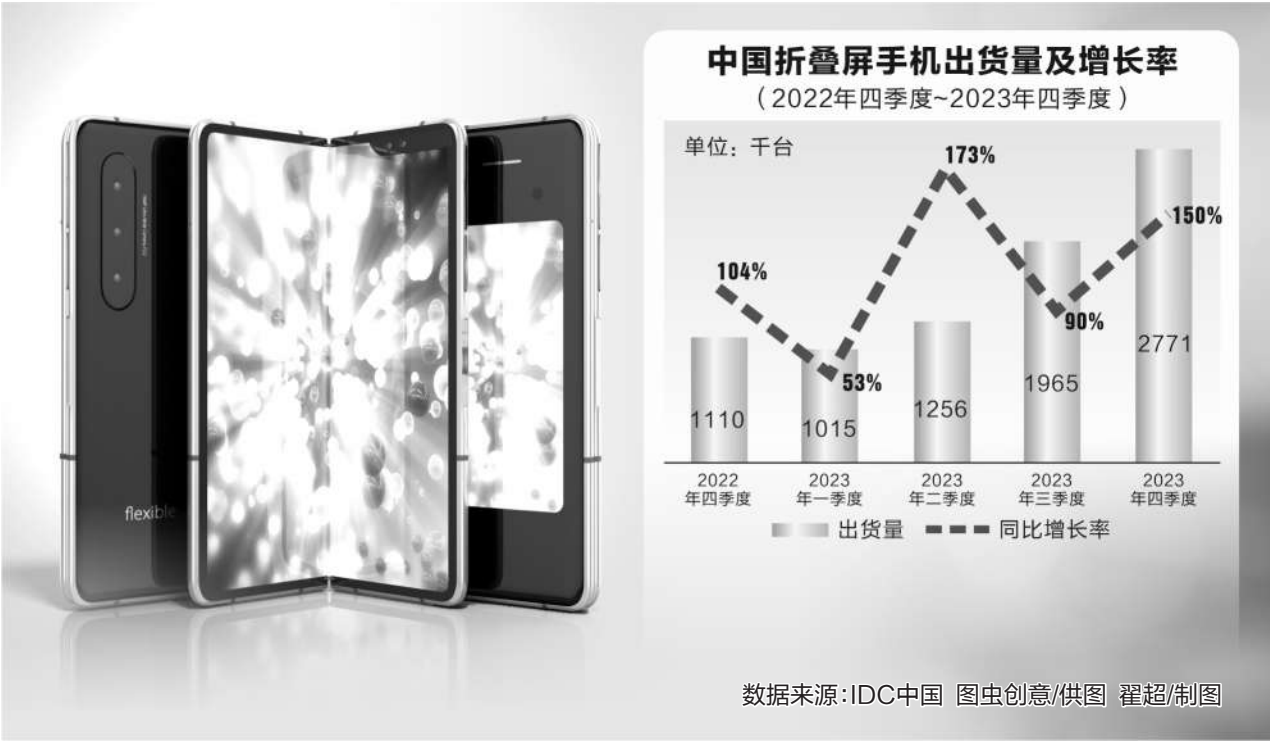
IDC报告显示，2023年中国折叠屏手机市场出货量约700.7万台，同比增长114.5%，其中，2023年第四季度，中国折叠屏手机市场出货量约277.1万台，同比增长149.6%，华为、OPPO以及荣耀的多款新品推动该季度折叠屏市场延续快速增长势头。IDC指出，自2019年首款产品上市以来，中国折叠屏手机市场已连续4年同比增长超过100%。

无独有偶，CINNO Research也发布产业统计数据称，2023年中国市场折叠屏智能手机销量达680万台，同比增长140%，预计2024年，中国市场折叠屏智能手机销量将达960万台，同比增长41%。

尽管不同机构所统计的数据略有差距，但从整体情况来看，两大机构对去年中国市场折叠屏手机出货量、增长的统计基本一致，即出货量约700万台、增长超过100%。

## 价格持续下探

具体来看，价格方面，IDC数据显示，2023年1000美元以上的折叠屏手机份额已经由一年前的81.0%下降到66.5%，同比下降14.5个百分点，除了整体成本的下降，竖折形态的产品相对而言售价更低，也使得2023年折叠屏售价已经下探到400~600美元价格段。



“从产品形态来看，虽然竖折产品价格相对更低，但是横折产品凭借更能体现折叠屏手机的大屏使用体验一直获得更多中国消费者的青睐。”IDC中国高级分析师郭天翔对证券时报记者表示，2023年横折产品市场份额重新增加到68.1%，同比增长10.4个百分点，目前来看，竖折产品除了携带方便以外，消费者依然缺乏必需的使用场景，同等价位下使用体验与直板机也有明显差距，并且产品质量还有更大提升空间，横折产品在高端商务人群中外出移动办公场景下的重要性不断提升，同时，高端人群对价格关注较低，更愿意选择产品配置拉满的横折产品。

郭天翔表示，“轻薄”已经成为影响消费者选择折叠屏手机的首要因素，但是如果一味地追求“轻薄”而造成可靠性的下降，将会直接影响消费者未来长期的选择，而竖折产品的使用场景尚未完全发现，将潜在用户定位为“时尚年轻女性”的产品会与苹果形成直接竞争，但折叠屏手机依然是各厂商2024年重点打造的产品，更多厂商的参与和更多产品的推出将会继续推动折叠屏手机市场的快速发展。

近日，TMT行业知名分析师郭明

钡发布的最新报告也显示，OPPO与vivo这两个品牌已经搁置在2024年发布新款竖向折叠屏的计划，不过针对相关传闻，2月19日，OPPO方面向证券时报记者回应称：折叠系列产品按计划推进，vivo暂未对该传闻进行公开回应。

另外，2月19日，华为官宣将于2月22日发布新一代纵向折叠屏手机Pocket 2。此外，荣耀、小米、三星等企业也均计划在2024年推出新款折叠屏手机。

## 产业链受益

IDC指出，随着安卓厂商和上游供应链持续加大研发投入，硬件技术改进成熟，软件系统应用优化，消费者使用体验感不断提升，折叠屏手机价格的进一步下探，也使得更多消费者愿意尝鲜使用折叠屏手机。

从产业链角度来看，据了解，折叠屏产品供应链的重要增量来自铰链、盖板 and 柔性面板，此三类部件在折叠屏手机中的成本占比较高，因此随着折叠屏手机的出货量及渗透率的快速提升，与折叠屏手机屏幕相关的组装、检测、生产制造等环节设备有望随之放量。

