

贵州茅台上半年营收净利双位数增长 未来三年每年分红率不低于75%

证券时报记者 唐强

8月8日晚间,贵州茅台(600519)正式发布2024年半年报,今年1~6月,公司实现营业收入819.31亿元,同比增长17.76%;实现净利润416.96亿元,同比增长15.88%;扣非净利润为834.51亿元,同比增长15.92%;经营活动产生的现金流量净额为366.22亿元,同比增长20.52%。

需要指出的是,贵州茅台系列酒营收增长迅猛,同比提升超30%,营收占比达16.05%;此外,贵州茅台采纳了2023年年度股东大会上投资者的提议,2024~2026年期间,每年度现金分红总额不低于当年实现净利润的75%。

系列酒营收增长超30%

在2023年度报告中,贵州茅台曾提出2024年主要目标是实现营业总收入增长15%左右。按照2023年营收总额(1505.6亿元)测算,2024年贵州茅台的营收目标为1731.44亿元左右;今年上半年,贵州茅台营收总额为834.51亿元,完成了全年目标的48.19%。

按照产品档次来看,上半年,茅台酒和系列酒分别实现营业收入685.67亿元、131.47亿元,分别同比增长15.64%和30.5%;从营收占比看,贵州茅台系列酒体量占到了16.05%,2023年同期占比为14.48%,系列酒业绩贡献度显著提升。

若以渠道而言,贵州茅台直销收入达到337.28亿元,通过“i茅台”数字营销平台实现酒类不含税收入102.5亿元,批发代理模式的营业收入为479.86亿元。截至上半年末,贵州茅台国内经销商数量为2097家(新增加18家、减少1家),国外经销商则保持不变,仍为106家。

“上半年市场环境复杂多变,在行业调整周期中,茅台能够取得收入与利润的高双位数增长,应该说这份半年报的含金量很高。”知趣咨询总经理、酒类分析师蔡学飞对证券时报·e公司记者表示,半年800亿元的销售体量与400亿元的利润规模,证明了茅台的品牌号召力与行业领导地位,也证明了中国头部名酒穿越周期



的超强韧性。

每年度现金分红两次

8月8日晚间,贵州茅台不仅带来了亮丽成绩单,同时还公布了《2024~2026年度现金分红回报规划》,在此期间内,贵州茅台每年度分配的现金红利总额不低于当年实现净利润的75%,每年度的现金分红分两次(年度和中期分红)实施。

在分红方面,贵州茅台一般年份的分红率是50%,2023年加上特别分红达到了75%。2023年年度股东大会上,有投资者建议,希望未来贵州茅台能够将分红率稳定在75%或以上。如今,贵州茅台正面回应了股东相关诉求。截至2024年上半年末,贵州茅台未分配利润为1737.72亿元。

向“新商务”转型 飞天价格企稳

过去半年,贵州茅台研发费用出现了相应的增长,产品周转率明显改善,经营活动现金流净额更是大涨了20%,说明茅台的整体经营质量得到大幅提升。

总的来看,蔡学飞认为,更加完善的产品矩阵和多元化的渠道销售结构,带动了茅台整体产销效

率进一步提高,让茅台整体的盈利能力得到进一步加强,为下半年的增长奠定了市场与产品基础。按照这样的发展趋势,贵州茅台今年实现15%的增长目标也是大概率事件。

今年7月,贵州茅台提出,将从“道”的层面主动向“新商务”转型,做好客群、场景、服务等方面的“三大转型”。

中国酒业评论人肖竹青告诉证券时报记者,近日,通过调研茅台一线业务市场,某省贵州茅台直营公司目前客户结构包括经销商新增客户结构已经取得良好的成效。肖竹青认为,贵州茅台三大转型会构建一个长期的利好,对此充满信心。

回顾2013年,茅台经历过从政务消费到商务消费的成功转型,飞天茅台市场价格最低跌破800元/瓶,从政务消费转型商务消费以后,市场实际成交价格长时间站稳2300元/瓶以上。

肖竹青从茅台经销商处了解到,茅台市场价格稳步上升,销售形势好转。主要原因包括:茅台公司销售政策调整,不再要求专卖店任何产品拆箱;茅台根据经销商和直营店库存、动销等节点分批次发货,有效影响市场情绪和市场预期;十五年茅台、珍品茅台不再强

制配货,改为自愿申购,以市场手段影响市场预期,防止供过于求带来的价格波动。

另外,蔡学飞称,整个白酒市场需求疲软,也为贵州茅台的未来销售增长带来许多不确定风险。不过,名酒品牌价值、稀缺产能、市场刚需,是茅台能够穿越周期发展的保障。客观来说,贵州茅台的有限产能在中国14亿人的商务与礼品市场面前依然是稀缺的,茅台在社会消费中依然具有不可替代性价值。从最近这段时间的震荡来看,茅台价格已经在筑底阶段,且下半年随着白酒饮用季到来和节日的增多,价格有望逐渐趋于稳定。

据第三方平台酒价数据,7月以来,飞天茅台酒终端市场价格企稳回升,重新站上2300元/瓶。截至8月8日,2024年出厂53度500ml的原箱飞天茅台市场价约为2710元/瓶;而同年份和规格的散装飞天茅台市场价约为2440元/瓶。

值得一提的是,8月5日,中国酒业协会理事长宋书玉在“2024中国白酒国家评委会”上表示,今年上半年,全国白酒产量、销售收入、利润分别同比增长3%、11%、15%,实现量、价、利齐升的局面。在已经预见到的市场波动中,白酒产业仍然显示出了强大的韧性。

中芯国际二季度营收好于指引 半导体市场脱离底部开始复苏

证券时报记者 王一鸣

8月8日晚间,中芯国际(688981)披露未经审核业绩,公司今年第二季度实现营业收入19亿美元,环比增长8.6%,同比增长21.8%,市场预估为18.4亿美元;第二季度公司实现净利润1.646亿美元,同比下降59%;当季公司毛利率为13.9%,2024年第一季度为13.7%,2023年第二季度为20.3%。

中芯国际是世界领先的集成电路晶圆代工企业之一,也是中国内地集成电路制造业领导者,拥有领先的工艺制造能力、产能优势、服务配套,向全球客户提供8英寸和12英寸晶圆代工与技术服务。

谈及经营情况,中芯国际管理层称,公司二季度的销售收入和毛利率皆好于指引。销售收入19亿美元,环比增长约9%。其中,出货超过211万片8英寸晶圆约当量,环比增长18%,平均销售单价因产品组合变动环比下降8%。

从收入分析来看,以地区分类,公司今年第二季度中国区、美国区和欧亚区业务收入占比分别为80.3%、16.0%和3.7%;今年一季度和去年二季度的对应数据则分别为81.6%、14.9%、3.5%以及79.6%、17.6%和2.8%。

晶圆收入以应用分类,公司今年第二季度智能手机、电脑与平板、消费电子、互联与可穿戴、工业与汽车对应业务占比分别为32.0%、13.3%、35.6%、11.0%和8.1%,这一数据与今年一季度相差并不大,但与去年同期数据相比变化明显;公司2023年第二季度相应业务占比数据分别为26.8%、23.8%、26.5%、11.9%、11.0%。

以尺寸分类,公司当季8英寸晶圆和12英寸晶圆业务占比分别为26.4%、73.6%。这与今年一季度和去年二季度的对应数据相差无几。

产能方面,中芯国际月产能由2024年第一季度的81.45万片8英寸晶圆约

当量增加至2024年第二季度的83.7万片8英寸晶圆约当量。公司产能利用率由2024年第一季度的80.8%升至2024年第二季度的85.2%。

资本开支方面,公司2024年第二季度资本开支为22.51亿美元,2024年第一季度为22.35亿美元。

“三季度,公司给出的收入指引是环比增长13%~15%,毛利率介于18%至20%的范围内。公司将持续深耕晶圆制造,站在未来的角度安排今天的布局,拥抱直面而来的机遇与挑战。”中芯国际管理层在展望三季度时表示。

同日,国内另一家晶圆代工企业华虹半导体亦披露2024年第二季度业绩,当季该公司销售收入4.785亿美元,上年同期为6.314亿美元,上季度为4.6亿美元。母公司拥有人应占溢利670万美元,上年同期为7850万美元,上季度为3180万美元。华虹半导体预计2024年第三季度销售收入约在5.0亿美元至5.2亿美元之间,预计毛利率约在10%至12%之间。

华虹半导体总裁唐均君对2024年第二季度业绩评论称,半导体市场正在经历从底部开始的缓慢复苏。在经历了数个季度的持续疲软后,市场在部分消费电子等领域的带动下出现了企稳复苏信号。2024年第二季度,华虹半导体的销售收入达到4.785亿美元,符合指引,毛利率为10.5%、优于指引,均实现了环比增长。产能利用率也较上季度进一步提升,已接近全方位满产。公司第二条12英寸生产线的建设正在紧锣密鼓地推进中,预计年底前可以试生产。



上市公司泰国建厂再添新例 长城科技拟6000万美元新建基地

证券时报记者 曹晨

A股公司筹划泰国建厂再添新案例。8月8日晚间,长城科技(603897)公告,公司拟在泰国投资新建生产基地,该项目计划投资金额不超过6000万美元。长城科技同时披露半年报,上半年实现净利润1.16亿元,同比增长85.14%;公司拟每10股派发现金红利7元(含税)。

具体来看,为更好地满足业务发展和海外生产基地布局的需要,积极响应并践行“一带一路”倡议,公司拟在泰国投资新建生产基地。该项目计划投资金额不超过6000万美元,包括但不限于购买土地、购建固定资产等相关事项,实际投资金额以主管部门批准金额为准。

本次对外投资资金来源于公司自有资金和自筹资金;公司计划购买位于泰国春武里府的土地。公司拟分阶段实施建设泰国生产基地,并计划于2026年实现一定规模的量产;公司计划在泰国设立子公司,泰国子公司的注册登记信息最终以当地登记机关核准为准。

谈及本次对外投资计划,长城科技表示,本次对外投资的实施能进一步完善公司海外生产基地的布局,更好地为公司现有及潜在大客户提供产品服务,增强公司核心竞争力,有利于公司优化生产成本,提高公司经济效益。

不过,公司亦提示风险称,本次投资是依据公司业务实际发展需求及未来发展战略所做的经营决策,但由于泰国法律、政策体系、商业环境与国内存在较大区别,因此在实际经营过程中,有可能面临运营管理、市场变化、法律监管等风险。

长城科技主营业务为电磁线的研发、生产和销售,产品广泛应用于电机、电器等实现电能和磁能转换的场合,是国民经济中重要的工业基础产品。目前公司产品已形成上千个规格,应用可覆盖工业电机、家用电器、汽车电机、电动工具、仪器仪表等领域。公司自成立以来专注于电磁线业务领域,产品销量居于国内同行业前列。

今年上半年,长城科技实现营业收入

63.18亿元,较上年同期增长23.46%;归母净利润1.16亿元,同比增长85.14%。

谈及上半年业绩增长,长城科技此前在业绩预告中表示,公司通过把握市场机遇、提升运营效率、紧抓成本管控等措施,主要产品实现高产稳产优产,经营业绩同比大幅增长。

实际上,长城科技可以视为近期众多A股上市公司筹划在泰国建设生产基地的缩影。

7月29日晚间,湘油泵(603319)公告,公司拟在泰国投资新建泰国生产基地项目,投资金额不超过1.5亿元。该项目的实施,有利于完善公司生产基地布局、开拓国际市场以及应对海外客户需求,有利于公司更加灵活地应对宏观环境以及国际贸易格局等潜在变化对公司可能产生的不利影响,有利于提升公司的核心竞争力。

7月4日晚,兴瑞科技(002937)宣布,为落实海外汽车电子及服务器结构件业务的战略规划布局,公司拟在泰国设立子公司并投资建设生产基地。项目一期计划投资金额不超过1100万美元,包括但不限于购买土地、购建固定资产等相关事项。同日,澳弘电子(605058)公告称,基于公司发展战略和澳弘电子(泰国)建设的需要,公司增资澳弘电子(泰国),使其注册资本由500万泰铢增至4亿泰铢。上述增资是澳弘电子在泰国投资建设生产基地计划的一部分。

7月1日,铂科新材(300811)披露,拟在泰国设立项目公司,并通过项目公司投资建设泰国高端金属软磁材料及磁元件生产基地。项目首期投资不超过1亿元。本次对外投资是为了顺应全球新能源及AI产业的发展趋势,更好地满足海外市场对公司金属软磁材料及芯片电感等产品日益旺盛的市场需求,是公司实施全球化发展战略的重要步骤。

6月4日,协创数据(300857)宣布通过全资子公司投建泰国生产基地,投资金额约3.68亿元。项目建成后可实现智慧存储、摄像机、智能穿戴、边缘计算、服务器等设备的生产能力,对公司产品销售、市场拓展等产生积极的影响。

中国移动上半年实现净利802亿元 加速推进“两个新型”升级

证券时报记者 刘灿邦

8月8日晚间,中国移动(600941)披露了2024年半年报,今年上半年,中国移动营运收入达到5467亿元,同比增长3.0%,其中通信服务收入达到4636亿元,同比增长2.5%。总连接数超35.0亿,净增1.5亿。“第二曲线”数字化转型收入达到1471亿元,同比增长11.0%,占通信服务收入比达到31.7%,较上年同期提升2.4个百分点。

上半年,中国移动实现净利润802亿元,同比增长5.3%,每股盈利为3.75元;年化净资产收益率为11.8%,同比提升0.3个百分点。中国移动决定2024年中期派息每股2.60港元(A股股东每股股息折合2.3789元),同比增长7.0%。

业务经营方面,上半年,中国移动个人市场收入达到2552亿元;移动客户突破10亿户,净增926万户,其中5G网络客户达到5.14亿户,净增0.49亿户,渗透率达到51.4%。个人移动云盘收入达到48亿元,同比增长47.7%;权益融合客户达到3.15亿户,权益产品收入达到140亿元,同比增长37.2%。

在家庭市场,中国移动上半年实现收入698亿元,同比增长7.5%;家庭宽带客户达到2.72亿户,净增848万户,规模行业领先,千兆家庭

宽带客户渗透率为33.5%,较2023年底提升3.5个百分点。移动高清客户达到2.08亿户,收入达到151亿元,同比增长5.7%;智能组网客户达到1.52亿户;家庭安防客户达到5864万户。

在政企市场,中国移动上半年实现收入1120亿元,同比增长7.3%;政企客户数达到3038万家,净增201万家。公开招标市场中中标份额达到18.4%,全行业领先,成功打造30个面向细分领域的“三化”解决方案。移动云收入达到504亿元,同比增长19.3%。5G垂直行业应用保持领先,累计签约5G行业商用案例超4万个,在智慧城市、智慧工厂、智慧园区、智慧校园等细分领域规模发展成效显著,拉动5G专网收入达到39亿元,同比增长53.7%。

在新兴市场,中国移动上半年收入达到266亿元,同比增长13.2%。国际业务方面,推进海外数字基础设施升级,持续深化国际领域生态合作,上半年国际业务收入达到118亿元,同比增长16.3%。股权投资方面,围绕战略性新兴产业、未来产业、产业数字化转型等领域进行投资布局,资本纽带和赋能作用进一步发挥。数字内容方面,上半年数字内容收入达到145亿元,同比增长11.3%。云游戏全场景月活跃客户达到1.23亿户,用户规模行业

第一。金融科技方面,发挥金融对主业赋能与促进作用,上半年产业链金融业务规模达到379亿元,同比增长72.1%,服务链上企业户数同比增长55.5%;打造一体化全场景数字消费入口,和包交易月活跃客户同比增长15.8%。

此外,上半年,中国移动的个人数字化收入同比增长34.6%;家庭数字化收入同比增长4.5%;政企数字化收入同比增长7.9%;新兴市场数字化收入同比增长9.7%。

根据半年报,中国移动加速推进“两个新型”升级,上半年完成资本开支640亿元,新型信息基础设施不断完善。“双千兆”保持领先。累计开通5G基站超229万个,目前已在超280个城市推进5G-A商用部署,千兆宽带覆盖用户达到4.38亿户。持续引领算网布局,通用算力规模达到8.2EFLOPS,智能算力规模达到19.6EFLOPS。

新型信息服务体系方面,连接规模再创新高,总连接数超35亿,净增1.5亿。移动客户突破10亿户大关。产品拓展动能强劲,公众市场17项产品客户规模过亿,政企市场6项产品收入规模超百亿。算网业务,拓展智算项目超70个,累计签约金额超20亿元;大数据业务,依托梧桐大数据平台,沉淀数据资源超2000PB,数据年调用量达千亿次;视

联网业务,累计实现7030万路视频云端互联。

此外,中国移动抢抓机遇,“AI+”行动取得突破。发布由万卡级智算集群、千亿多模态大模型、百大要素生态平台构成的“九天”人工智能底座。共沉淀450项AI能力,赋能近1000项行业应用。加快大模型产业化、规模化发展,开放大模型训练基地、评测基地、产业创新基地,向全社会提供模型训推、AI+原生应用孵化等一站式产业融通服务。加速“AI+”商用变现,推出23款AI+产品及20个AI+DICT行业应用,布局40个细分领域的高性能行业大模型,上半年已发布17个自研九天行业大模型,政务、物联水利、社会综治等多款行业大模型实现应用落地。

中国移动指出,近期,以人工智能、算力网络、大数据、区块链为代表的新一代信息技术加速突破应用,推动经济社会从“+AI”向“AI+”转变,为千行百业、千家万户注智赋能,促进新兴技术融合创新,加快多域智能深度集成应用,驱动形成巨大新蓝海。

中国移动董事长杨杰表示,面对新形势新机遇,公司将进一步全面深化改革,加快发展新质生产力,推进数智化转型、高质量发展,不断开创世界一流信息服务科技创新公司新局面。