

美的集团上半年净利超200亿元 海外市场增长贡献明显

证券时报记者 李映泉

8月19日晚间,美的集团(000333)披露半年度报告,公司2024年上半年实现营业收入2172.74亿元,同比增长10.30%;实现归母净利润208.04亿元,同比增长14.11%;实现扣非后净利润201.81亿元,同比增长14.33%。基本每股收益3.02元。

国内大家电市场承压

美的集团的业务覆盖智能家居、新能源及工业技术、智能建筑科技、机器人与自动化及其他创新业务。上半年,公司智能家居板块实现营收1476亿元,同比增长11%;新能源及工业技术板块实现营收171亿元,同比增长26%;智能建筑科技板块实现营收157亿元,同比增长6%;机器人与自动化板块实现营收139亿元,同比下降9%。

智能家居是美的集团的业务主阵地,公司在中国区域全面推进落实“数一”战略。奥维云网数据显示,在家用空调、干衣机、台式微波炉、台式电烤箱、电磁炉、电暖器、电风扇、电热水壶、空气炸锅等9个品类中,美的系产品在国内线上与线下市场份额均位列行业第一。今年“6·18”期间,美的系全网总销售额连续12年蝉联行业第一。

但美的集团坦言,2024年上半年大家电市场承压。根据奥维云网推总数据,2024年上半年国内白色家电零售市场规模达到2319亿元,同比下滑7.0%。

美的集团认为,这是行业发展周期下的必经之路,家电市场的发展面临很多变化,国内消费路径经历从升级、分级再到降级的变化,用户对品牌认知正在重塑,传统营销手段失灵,同时白电进入成熟期,新兴品类蓬勃发展的,高质价比产品在供给端的推动下被越来越多地带到消费者面前。

海外市场增长贡献明显

与国内市场承压相对应,海外家电市场则表现火热。海关总署数据显示,



2024年上半年,中国家用电器累计出口金额3479亿元,同比增长18.3%。

报告期内,美的集团海外业务收入同比增长约13%,显著高于国内营业收入8%的增速。美的集团全球生产基地出口业务2024年上半年累计发运货量同比增长超过20%。

半年报显示,美的集团在海外市场坚持OBM优先战略,以加速海外自有品牌业务发展。报告期内,公司自有品牌业务收入大幅提升,其中电商收入同比增长超过50%。2024年1-5月,公司在亚太市场的中高端产品的销售增速相比平均增速高出近20%,空调品类中高端产品在美洲保持高速增长;中高端多门冰箱销售同比增长超过100%,滚筒洗衣机销售同比增长超过40%。

为了提升海外本土化运营能力,美的集团不断强化研发、制造、市场、服务等全价值链本土化布局,完善基础设施与能力建设。报告期内,推动4个国家制造基地的顺利投产和4个生产基地的新工厂建设,并促进国内工厂与海外工厂在制造端的协同支持。截至目前,美的集团在10余个国家已建立33个研发

中心和43个主要制造基地。

To B产业保持稳健

除了To C端的家电产业外,美的集团近年来持续向To B端的商业及工业解决方案业务加码,商业及工业解决方案业务收入在总收入占比从2020年的18.5%已提升至2023年的26%以上,并于2023年收入接近千亿元,商业及工业解决方案已成为美的集团业务持续增长的主要引擎之一。

产业在线数据显示,2024年上半年,美的集团在家用空调压缩机全球市场份额占比45%,继续稳居全球第一,同时在除湿机压缩机、热泵干衣机压缩机、基站空调压缩机等细分领域的市场份额均实现10%以上增长;在冰箱压缩机全球市场份额位居行业前列,其中变频产品销量增长超过60%,海外销量增长达到14%。

此外,美的新能源及工业技术持续加强研发投入,深化布局芯片产品技术,实现主控、触控、变频和IPM四大系列12款芯片量产,品质表现处于同类产

品中的国际领先水平,并实现对主流家电厂商供货。

研发投入继续加大

半年报显示,美的集团今年上半年的研发投入为76.6亿元,同比增长15.91%。过去5年,美的集团研发投入接近600亿元,且呈现持续增长趋势。

报告期内,美的集团新增授权专利超5000件,累计专利授权维持量超8万件,专利族持有量位列全球第八、中国民企第一。其中,“AI数据驱动变频控制关键技术”“石墨烯改性防腐涂层技术”等26项技术成果通过国际领先/先进成果鉴定;“高效热泵技术”先后荣获省级科技进步一等奖、国家科技进步二等奖。

截至2024年6月,美的集团已有16个国家级科创平台;累计获得4项国家科技奖、470余项省部级科技奖和350多项国际领先/先进成果鉴定。

此外,在产品工业设计方面,美的集团上半年获得112项工业设计荣誉,包括德国红点奖36项、德国iF设计奖47项、美国IDEA设计奖29项。

美的置业剥离地产开发业务 轻资产运营提升盈利能力

证券时报记者 张一帆

“房地产产业链未来前景还是很广阔,开发性业务承压,但产业链其他相关业务还是很宽。”8月19日,美的置业(03990.HK)董事会主席郝恒乐在半年度业绩说明会上重申了对房地产产业的信心。

2024年,置出房地产开发业务成为一批上市房企的共同选择,但这并不意味着房企放弃了这个行业。

在大股东的支持下,美的置业成为房企转型期的样本企业之一,探索以低杠杆、轻资产为特点的地产发展新模式。物管服务、开发代建将成为美的置业转型路上的两个关键词——前者稳定贡献利润和现金流,后者则将撑起发展的想象空间。

置出地产开发业务

上半年,美的置业实现合同销售总额202亿元,公司营业收入251亿元,净利润为5.96亿元,保持盈利。

在经营安全性方面,上半年,美的置业净负债率为50.1%,现金短债比1.26,剔除预收后的资产负债率为67.8%,稳步维持绿档水平。美的置业执行董事兼首席财务官林戈在会上表示,“公司在未来一年到期的有息负债是90.8亿元,月均还债7.6亿元,从公司的现金流以及去化回款情况来看,并没有什么大的压力。”

财报显示,截至报告期末,美的置业持有现金总量135亿元,上半年累计发行三期共计41.4亿元中期票据,公司具备持续低成本融资能力。

与经营业绩相比,美的置业正在推进中的重组房地产开发业务的计划更

受投资者关注,也是美的置业高管在会上解读的重点内容。

虽然经营较为稳健,美的置业仍坚决地启动了转型步伐。公司在今年6月宣布,采用实物分派的方式,将全资持有的房地产开发业务从上市公司重组至控股股东,以减少负债及与房地产开发业务的重资产属性相关信用风险。未来将构建围绕房地产开发全价值链的低杠杆、轻资产的综合实力,持续探索房地产发展新模式。

林戈在会上以“应对特殊周期的特殊重组方案”形容这一重组计划,但事实上剥离房地产开发业务的资产运作,已经成为今年不少上市房企的共同选择。华远地产、格力地产、冠城大通等A股上市公司,均宣布剥离房地产开发业务,或仅保留资产管理、物业管理及项目建设管理等轻资产业务,或彻底转型为制造业企业。

中指研究院企业研究总监刘水告诉记者,这背后的原因是近年房地产市场持续深度调整,房地产开发业务成为上市公司业绩的拖累。2023年,沪深、内地在港上市房地产公司净利润均值分别同比下降38.2%、29.6%,沪深上市房企中约有42.9%出现亏损,内地在港上市房企中约有63.5%出现亏损,亏损企业数量较上年明显增加。

郝恒乐在会上表示,“重组以后,能够快速把公司的负债总额降下来,以后就可以轻装上阵,专注于持续稳定的经营性业务,业绩增幅将会更加稳定。”

后续,美的置业将于9月2日召开特别股东大会,审议上述重组方案。

物管服务筑牢基础

美的置业与会高管在业绩说明会

上反复重申对整个房地产产业链的积极态度。

郝恒乐强调,“我们未来还是围绕房地产产业链去做经营业务,虽然开发业务承压,但是其他业务还是很宽很宽的。”林戈表示,“现在整个行业处于出清和转型的交织期,还是非常困难,但不等于美的置业放弃了这个行业,无论是大股东还是金融行业都对地产行业保持信心。”

具体来看,重组后的美的置业,选择了以“开发代建+物管服务+资产运营+房地产科技”四项业务组成的轻资产业务模式。

在四项业务中,物管服务、资产运营以及房地产科技三项,是美的置业前期已有的保留业务。2023年,美的置业保留业务的数据为:营业收入29.1亿元,归母核心净利润4.2亿元。对比来看,美的置业当年整体营收规模为741.5亿元,是保留业务的25倍,但是当年净利润水平为9.1亿元,仅为保留业务的约2倍。轻资产运营下,盈利能力的稳健性可见一斑。

物管服务是保留业务中最为重要的板块,也定义了未来美的置业的基本底色。

美的置业执行董事兼执行总裁王大在介绍,保留业务整体的29.1亿元收入中,物管服务收入占比达60%,也贡献了主要的利润和现金流,随着后续业务的开展,物管服务比重会有所下降,但预计保持在40%左右。

据了解,2024年上半年,美的置业服务合约面积9218万平方米,第三方业务占比达20%。其中非住宅业态合约面积约1100万平方米,合约收入约3.2亿元。在今年4月底,美的置业已经开始服务控股股东旗下的医院和养老院,

物管业态正式从住宅业务延伸至产业园区、医疗康养等领域。

代建赛道构成增量

开发代建,是美的置业在重组后要着力构建的新业务。所谓房地产代建,是由有开发需求的委托方发起,由拥有开发能力和建设经验的受托方进行开发,最终实现共赢的一种商业模式。一般委托方拥有土地,享有项目收益,代建方则收取建设管理费。

2023年,房地产代建作为新蓝海得到了大发展。去年,绿城管理作为代建方创造了1068亿元的合约销售金额,让业内惊叹不已。同时,典型代建企业2023年净利润率均值为23.9%,远超传统房地产开发业务的利润水平。

对于美的置业而言,在转型初期,其代建业务规模以及项目回款,有来自大股东的充分保障。

截至2024年6月30日,美的置业在建土储面积921万平方米,空地土储面积721万平方米,在重组后美的置业团队有望承接前述资源的全链条开发管理。王大在透露,按照现有土储规模结合定价标准,公司未来三年关联交易年度上限额度分别为3.4亿元、14.9亿元、13.3亿元。

王大在展望未来时介绍,“未来整个上市平台的目标是,营收复合增长不低于25%,归母净利润复合增长不低于20%,派息政策保持行业有竞争力的水平。”

从股价表现来看,美的置业的剥离动作受到资本市场认可。8月19日美的置业收盘涨4.51%报7.19港元/股,较宣布剥离前上涨约九成,较5.9港元/股的收购价格溢价约两成。

东软集团获一汽红旗定点 预计涉及金额14.66亿元

证券时报记者 孙宪超

东软集团(600718)8月19日晚公告,公司及公司全资子公司东软智行(长春)科技有限公司近日收到中国第一汽车股份有限公司(下称“一汽红旗”)的定点通知,选择公司及子公司作为其指定供应商,为其供应智能座舱域控制器和智能通讯产品。

根据一汽红旗的规划,东软集团及子公司的产品将应用于红旗三款高端车型;主要为新能源车,预计自2025年末/2026年初起陆续量产上市;在上述车型生命周期内,预计公司及子公司为其供应智能座舱域控制器和智能通讯产品涉及总金额在14.66亿元左右。

目前,东软集团车载量产业务已覆盖绝大多数国内车厂以及众多的国际车厂和合资车厂。根据高工智能汽车研究院的市场数据,东软集团在乘用车智能座舱(单芯片)域控制器前装市场份额国产厂商占比第一,乘用车前装(国产)车载无线终端(联网功能)一级供应商标配搭载量排名第一,中国市场乘用车C-V2X车端集成方案本土供应商软件能力排名第一。

东软集团曾表示,在汽车电子领域,公司将创新产品和中国市场优秀实践导向全球,与海外车厂合作大幅增长。在导航领域,东软全球导航产品族群应用于日产、捷豹路虎、铃木、法拉利等全球20多家知名车厂,共计合作100多款车。在座舱领域,东软Nagivi软件平台应用于几十款丰田全球车型、铃木全球车型、本田日本全系车型的量产项目,以及五十铃、斯巴鲁等车企业的多款车;搭载了东软智能座舱产品的宝腾首款新能源车X90于2023年在马来西亚量产上市。

在智能通讯领域,搭载了东软T-Box/5GBox的沃尔沃纯电SUVEX30已于2023年全球量产上市,搭载了东软全球导航产品族群以及EHP电子地平线软件产品。根据该汽车厂商的规划,上述软件产品将应用于其下一代平台中,涉及面向全球的11款车型;上述车型预计将在本年度以及未来2年内陆续量产上市;在上述车型生命周期内,预计公司为其供应全球导航产品涉及总金额在21.77亿元左右。

据东软集团彼时公告,此次获得定点大单的产品,是公司在今年4月刚刚发布的OneCoreGo全球车载智能出行解决方案5.0的重要成果,该解决方案将公司多年软件技术积累、导航族群产品功能以及在全球市场积累的合作生态资源,通过OneMap+OneSight+OneStore三大产品体系全面覆盖和呈现,实现了从导航技术产品到一站式综合解决方案的进化。

实际上,东软集团在智能汽车互联领域已与一汽红旗建立了良好的合作,公司的智能座舱及智能座舱域控制器、智能通讯产品(T-Box/5GBox)、基于V2X通信技术产品的解决方案“VeTalk”等产品已成功应用于一汽红旗全系多款上市车型。

东软集团在8月19日晚间公告中表示,本次一汽红旗定点项目,是对东软与车厂过往合作的升级和赋能车厂新款车型的高端智能化创新,也是车厂对东软汽车智能化核心产品和综合实力的持续认可,将进一步巩固东软在汽车智能化领域的领先优势,提升国产化应用水平,持续提高公司核心竞争力和市场份额。

抓住国产化替代契机 ST华微半年净利增超5倍

证券时报记者 孙宪超

ST华微(600360)8月19日晚披露2024年半年度报告,报告期内,公司实现营业收入10.79亿元,同比增长23.86%;实现净利润6759.14万元,同比增长562.84%;实现扣非净利润5429.38万元,同比增长892.17%;基本每股收益0.07元。

ST华微上半年进一步推动并加强与优质客户的合作,销售订单增加,以前年度重点推广的IPM等产品在2024年上半年销售成果显著,销售收入上涨,毛利润增加,净利润较上年同期上升。

ST华微主要从事功率半导体器件的设计研发、芯片制造、封装测试、销售等业务,公司具备国内领先的制造能力,拥有4英寸至8英寸等多条功率半导体晶圆生产线。报告期内,芯片加工能力每年400万片,封装资源每年24亿支,模块每年6000万块。公司产品种类基本覆盖了功率半导体器件的全部范围,广泛应用于新能源汽车、光伏、变频、工业控制、网络通信、智能家居、电力碳中和、储能逆变等战略性新兴产业领域。

ST华微表示,2024年下半年,公司将积极拓展新产品、新领域,开拓国内外市场,推进半导体产业链垂直整合与产业转型升级,促进公司主营业务和利润的增长。同时,通过多元化产品系列平台的合理搭配,有效提升产能利用率,进一步降低产品成本,努力提升公司经营业绩。

