

商业卫星灾害应急显身手 民营航天商业潜力待发掘

证券时报记者 康殷

8月3日凌晨,甘孜州康定市姑咱镇日地村突发特大山洪泥石流灾害,造成雅康高速公路康定至泸定段日地1号隧道至2号隧道处冲毁,318国道康定姑咱镇路段交通中断。中科星睿的星睿七号高分辨率光学卫星飞越灾区上空,对比历史卫星影像图,清晰观测本次灾害后区域。

面对莫测的自然灾害,目前国内遥感卫星提供的灾区影像已经相当成熟。随着中科星睿等商业卫星公司的崛起,对自然灾害致灾因子进行分析研判,为金融保险等机构提供贷后风险管理、承保定价、理赔等商业应用正日益广泛。

在灾害应急中不可或缺

近日,中科星睿董事长雷斌接受证券时报记者采访,深入探讨了商业卫星在灾害应急响应中的关键作用、技术创新、业务布局及未来展望。

“商业卫星的快速响应能力,让我们能够在灾害发生后第一时间获取现场图像,为救援决策提供有力支持。”雷斌说,过往发生自然灾害时,由于现场条件恶劣,人员难以迅速进入灾区,传统监测手段受到限制,商业卫星便成了获取第一手灾情信息的重要途径。

7月6日,湖南省岳阳市华容县团洲乡团北村团洲垸洞庭湖一线堤防发生严重溃坝事件,导致团洲乡大面积被淹,房屋受损严重,数千名居民转移。中科星睿当日迅速响应国家重大自然灾害应急机制,调动星睿七号、星睿九号遥感卫星提供精准的图像信息。

随着技术的不断进步,中科星睿等商业卫星公司已经建立了成熟的应急响应机制:灾害发生后,公司会根据卫星轨道迅速调度最接近灾区的卫星进行拍摄;拍摄到的图像通过全球地面站传回数据中心进行处理和分析;最终形成符合要求的图像信息,及时分发给相关政府部门和用户。整个流程的高效运作,确保了公司在灾害应急中的快速反应能力。

在谈到技术创新时,雷斌特别提到了中科星睿在合成孔径雷达(SAR)卫星方面的突破。SAR卫星能够主动发射电磁波,并接收其回波信号进行成像,因此在夜间和恶劣天气条件下仍能正常工作。这一特性使SAR卫星在灾害应急中具有不可替代的优势。

事实上,包括中科星睿、天仪研究院在内的商业卫星公司均在SAR卫星上进行深入布局。2023年,台风“杜苏芮”导致我国大范围洪涝灾害。在那次台风过程中,民营卫星特别是SAR卫星发挥了重要的监测作用,与包括高分三号在内的多颗国家SAR卫星形成协同和补充,在持续地救灾监测过程中发挥了突出的作用。

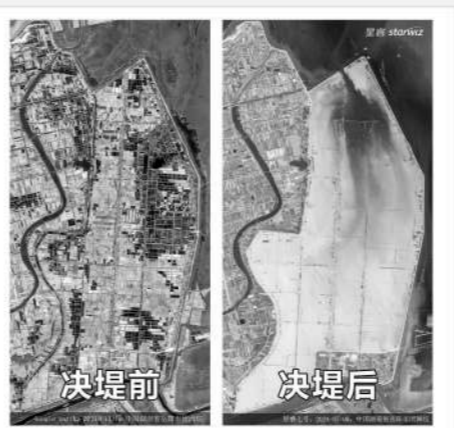
从灾害应急到多元化商用

“第一时间拍摄灾区卫星影像,提供给政府等应急救援机构,这一直是商业卫星公司的责任之一,但作为商业机构,探索卫星公司的商业模式和经济价值同样重要。”雷斌表示。

在业务布局方面,中科星睿不仅专注于灾害应急响应领域,还积极拓展与保险、电网等行业合作。雷斌举例,四川地震发生后,公司利用



中科星睿位于深圳南山区的新产品研发中心工作场景



2024年7月6日,湖南省岳阳市华容县团洲乡团北村团洲垸洞庭湖一线堤防发生严重溃坝。

中科星睿/供图 彭春霞/制图

SAR卫星技术为国家电网提供了输电线路的受损情况监测数据,帮助电网公司迅速定位受损线路并开展抢修工作。类似的应用案例不仅体现了商业卫星在灾害应急中的价值,也展示了其在行业应用中的广阔前景。

有业内人士指出,商业卫星的应用场景虽然广泛,但真正具有稳定且大规模需求的市场仍然有限。特别是灾害应急响应等场景,虽然重要,但并非日常业务,难以形成持续的盈利来源。“目前国内商业卫星的应用模式和盈利水平与国外相比仍然处于相对初级阶段。”雷斌表示,为了探索商业模式,中科星睿不是简单提供卫星数据,而是深入机构客户一线,了解需求后有针对性地开发具有价值的产品。

为此,中科星睿与多家保险公司建立了战略合作关系。通过提供卫星图像数据和专业的分析服务,公司帮助保险公司更准确地评估灾害损失并进行定损理赔。雷斌说:“这种跨界合作不仅为保险公司提供了高效、准确的灾害评估手段,也为我们带来了稳定的收入来源和更广泛的应用场景。”

中国再保险集团为数百个共建“一带一路”项目提供超千亿元风险保障,中科星睿作为卫星遥感技术提供商,为其中多个项目提供遥感数据和数据分析支持。

2023年3月,中科星睿配合中再集团,运用卫星遥感技术支持中国铁路建秘鲁重大工程顺利开工建设。该公路扩建项目位于秘鲁首都利马东北280公里的瓦奴科省。为合理确定该工程保险的定价和条件,中科星睿综合线路各段地形地貌、人文概况、敏感标的、遥感观测数据等信息,对项目所在区域风险进行详尽分析。基于及时、全面、透明的信息,保险企业合理确定了相关保险条款和定价,提升了风险管理的有效性;投保施工企业结合本次观测获取风险情况及后续跟踪分析,安排合理防护措施,也切实实现了风险减量。

针对性设计供应链优化

商业航天作为新质生产力的典型代表,不仅是建设航天强国的重要组成部分,更是推动社会经济高质量发展的新增长引擎之一。成本控制则是商业卫星公司追求的重要目标。

事实上,中国卫星制造成本下降空间较大。国泰君安分析师周天

乐指出,美国卫星单颗卫星制造成本约50万美元,我国低轨通信卫星制造成本约3000万元(约421.73万美元)。根据福布斯中国消息,目前银河航天等公司单颗卫星研制成本已降至千万元量级,处于降本初期。未来通过生产工艺提升和规模化效应,有望把卫星单价降至百万元级别。

在成本控制方面,中科星睿通过产业链重组、模块化采购、优化设计等方式不断降低卫星制造成本。雷斌举例,以往卫星天线需要在研究所订购,但类似天线结构其实设计制造已经非常成熟。为此,中科星睿向一家并非卫星行业的公司采购了天线结构件产品,经测试后效果不错,定价也大幅下降。此外,使用更经济的工业级或汽车级元器件替代昂贵的宇航级元器件,也是非常有效的降本办法。

随着商业航天的发展,卫星制造所需的零部件越来越能够通过市场化采购获得,不再完全依赖于航天研究所,这降低了部件成本并提高了采购效率。“中国制造业的能力已经非常强大,通过设计优化、开放采购,可以利用现有工业能力来降低卫星部件的加工成本。”

在设计上,商业卫星公司不是追求全面的应用场景覆盖,而是针对重点目标进行优化设计,这样可以减少不必要的冗余功能,降低卫星的复杂度和成本。在保持高分辨率的同时,通过减小卫星图像的幅宽来降低成本。例如,针对水电站等点目标,设计十几公里的幅宽就足够了。设计卫星寿命时进行技术和成本的折衷。“虽然技术上可以实现更长的寿命,但考虑到元器件成本和技术更新速度,选择3到5年的设计寿命更为经济合理。”

自身造血能力是关键

经过多年发展,中国商业航天已迈入发展的快车道,并在多个领域实现了“从0到1”的突破。

在企业方面,以长光卫星、微纳星空、银河航天等为代表的卫星制造企业,以华力创通、星网宇达等为代表的卫星地面设备企业,以中国通鑫、鑫诺卫星等为代表的卫星通信企业,以中海达、北斗星通等为代表的卫星导航企业,以航宇微、中科星图等为代表的卫星遥感企业,逐渐成为为中国商业航天的重要力量。

随着商业航天首次被写入政府工作报告,商业航天领域也迎来了发展新机遇。《中国航天科技活动蓝皮书(2023年)》指出,2024年是加快建设航天强国的关键之年,在此之际,商业航天科技创新、融资吸金等方面频频传利好消息。6月24日,商业航天企业微纳星空完成10亿元C1轮融资,成为商业航天独角兽企业。

企查查数据显示,近十年商业航天相关企业注册量自2014年的1022家,逐步增长至2023年的16889家,为10年前注册量的16倍有余。截至2024年8月22日,我国现存6.3万家商业航天相关企业。2024年上半年,我国累计注册7425家商业航天相关企业,相比2023年同期减少5.9%。

赛道融资方面,根据企查查数据,2024年以来,我国商业航天赛道品牌产品累计完成46起。其中,1月累计完成10起,披露融资总额超6亿元,是截至目前融资频次最高的月份;其次是7月,累计完成8起,披露融资总额超10亿元。

就投融资策略,雷斌表示,公司将更加注重自身造血能力和业务可持续发展而非过度依赖外部融资。“我们希望通过不断提升业务水平和盈利能力来吸引投资人而不是单纯依赖外部资金注入。”雷斌表示,“当然我们也在积极寻求与能够真正帮助我们的投资人合作以实现稳步发展。”

在力合科创等机构发起的天使轮投资支持下,中科星睿迅速成长,并在成长期间得到力合科创的大力帮助。目前,中科星睿已经成功在轨运营7颗高分辨率遥感卫星,在研15颗卫星,在研卫星最高分辨率达0.25米。

就未来融资计划,中科星睿将聚焦卫星批量生产改造。据了解,目前国内商业卫星制造还更多地处于实验室或作坊式生产模式,尚未形成工业化的批量生产模式,这是未来降低成本的关键方向。雷斌表示:“批量化生产将大大降低卫星成本并提高生产效率,对我们来说是一个重要的战略方向。”通过实现批量化生产,可以显著提高生产效率,降低单颗卫星的成本。“年产量达到几十颗甚至上百颗时,就可实现商业卫星的小规模工业化生产。”

随着政策的支持和技术的不断进步,商业航天正面临前所未有的发展机遇。与此同时,在成本控制、应用场景拓展等方面,商业卫星公司也仍然面临诸多挑战。

面板企业维信诺 拟投资550亿拓赛道

证券时报记者 严翠

随着智能终端设备的发展以及其终端厂商对OLED显示面板的进一步认可,具有更宽视角、更高刷新率和更薄尺寸的AMOLED(有源矩阵有机发光二极面板)市场渗透率持续提升。在此背景下,面板企业维信诺(002387)选择以550亿元在合肥投建相关生产线,加码AMOLED赛道。

8月29日晚,维信诺公告称,鉴于AMOLED显示面板的市场规模不断提升,并从智能手机领域向平板、笔记本电脑、车载等中尺寸显示面板领域不断拓展,公司根据战略规划,有意建立并运营一条第8.6代柔性有源矩阵有机发光显示器件生产线,从事中尺寸AMOLED相关产品的研发、生产和销售。

“合肥市人民政府认可本项目对合肥市持续打造具有国际竞争力的新型显示产业集群具有重要意义,希望引进并支持本项目。”维信诺表示,双方经过友好协商拟签署《合肥第8.6代柔性有源矩阵有机发光显示器件(AMOLED)生产线项目投资框架协议》,约定双方在合肥新站高新技术产业开发区设立/投资建设航天强国的关键之年,在此之际,商业航天科技创新、融资吸金等方面频频传利好消息。6月24日,商业航天企业微纳星空完成10亿元C1轮融资,成为商业航天独角兽企业。

企查查数据显示,近十年商业航天相关企业注册量自2014年的1022家,逐步增长至2023年的16889家,为10年前注册量的16倍有余。截至2024年8月22日,我国现存6.3万家商业航天相关企业。2024年上半年,我国累计注册7425家商业航天相关企业,相比2023年同期减少5.9%。

为推进该项目尽快落地,维信诺与合肥市政府旗下全资企业合肥建翔投资有限公司、合肥鑫城控股集团有限公司达成《投资合作协议》,约定各方同意合作,并以维信诺全资子公司合肥国显科技有限公司(简称“合肥国显”)作为该生产线项目的投资、建设、运营平台,项目投资总额为550亿元,首期注册资本金20亿元,其中前述合肥市政府旗下两公司合计出资16亿元(占比80%),公司出资4亿元(占比20%)。各方同意,各方根据项目建设需求分期同比例实缴。

合肥国显成立时间较短,尚未开展主营业务,截至2024年6月30日,其总资产为2000.17万元,总负债为2517.02万元,净资产为-516.86万元,营业收入

为0元,净利润为-516.86万元。

公告显示,鉴于合肥国显此前为维信诺全资子公司,维信诺为其开展日常运营工作提供借款。截至2024年8月29日,借款金额为5000万元,在项目公司首期注册资本金到位后,合肥国显将立即归还前述借款。

维信诺称,本次合作以公司已成立的子公司合肥国显作为产线的运营主体,公司放弃该子公司部分优先认缴出资权,与国资股东合资投建产线,能够充分发挥各方的资源优势,是国有资本与公司技术优势的有机结合,可以促进国有资本与公司建立长期稳定的合作关系,能够提高项目建设效率,增强项目抗风险能力。

披露上述投资事宜当日,8月29日晚,维信诺同步出炉其上半年成绩单。今年上半年,维信诺仍处亏损状态,亏损11.77亿元,但亏损相较于上年同期的亏损16.34亿元已有所收窄。期内,维信诺营收39.33亿元,同比增长46.05%。值得一提的是,截至今年6月底,维信诺经营现金流净额大增378%,至12.56亿元,上年同期为净流出4.51亿元。

对于业绩变动,维信诺表示,上半年,随着消费电子行业景气度逐步回暖,OLED手机面板需求旺盛,产品价格有所上涨,毛利率有所改善。报告期内,公司围绕“一强两新”中期发展战略和年度经营目标,持续优化产品结构,以头部客户OLED显示产品为重点方向,供应客户的多款产品,出货量大幅增长。“报告期内,公司在折叠、卷曲、透明显示、低功耗、超薄、窄边框、屏下集成以及中尺寸AMOLED技术等方面持续精进创新技术,相关产品受到市场欢迎。”维信诺称。

据了解,上半年全球AMOLED智能手机面板需求持续旺盛,折叠手机保持快速增长态势。根据CINNO Research统计数据,2024年上半年,全球市场AMOLED智能手机面板出货量约4.2亿片,同比增长50.1%。Omdia数据显示,2024年上半年,全球AMOLED面板手机市场渗透率已超过50%,并将持续提升。

老百姓上半年营收109亿 首次分红占净利五成

证券时报记者 张一帆

8月29日晚间,老百姓(603883)披露的半年报显示,公司上半年经营业绩平稳,实现营业收入109.4亿元,归母净利润5.03亿元。同时,为增强投资者获得感,老百姓上市以来首次推出年中分红方案,拟每10股派现3.3元(含税),现金红利总额占当期净利润的50.01%。

老百姓上半年保持快速扩张,新增门店1625家,其中直营新增门店868家,加盟新增门店757家。截至报告期末,公司构建了覆盖全国18个省级市场、150余个地级市及以上城市,共计14969家门店的营销网络,其中直营门店9923家、加盟门店5046家。此外,公司联盟业务“药简单”赋能中小连锁药房,联盟覆盖门店数逾1.6万家(不计入总门店数)。

老百姓的规模扩张,锚定既定的“聚焦+下沉”战略。上半年,公司集中资源拓展11个优势省份,新增门店中优势省份及重点城市占比88%,地级市及以下门店占比79%。根据测算,公司所覆盖18个省份的市场容量约占中国医药零售市场总容量的3/4。据中康CMH数据,公司县域药店市场增速高于同期市场大盘,2023年市场规模达1776亿元,市场占比提升至32.2%。

老百姓表示,未来将进一步聚焦优势区域,通过提升市场占有率、深化门店网络进一步提升盈利能力。在坚持既定战略实现规模扩张的同时,老百姓还通过数智赋能实现降本增效,以火炬项目提升盈利能力。2024年上半年,公司改进营采商销全流程,毛利率34.32%,提升1.6个百分点。据了解,公司聚焦商品管理体系升级,创新商品全链路管理模式,夯实重构选品逻辑,巩固选品对于毛利率提升的赋能价值,紧抓统采商品占比提升,利用数字化有效管控汰换商

品出清。

近年来,国家深入推进医疗体系改革,持续推动“医药分离”和处方外流。尤其是社会定点药房纳入门诊统筹管理,执行与定点基层医疗机构相同的医保待遇,长期利好药店行业。此外,国家各级监管趋严升级,整体上更利好合规管理更强的大型连锁药店。

为应对改革推进,老百姓一方面积极推动门店统筹资质落地,截至上半年末,落地门诊统筹资质的门店共有5028家,纳入门诊统筹医保管理且可使用互联网处方(可互可刷)的门店达到3720家。另一方面,公司提升统筹门店的精细化管理,健全质量管理体系,加强员工合规教育和培训,利用信息化系统对合理用药、医保基金使用等方面强管控,全面加强合规管理。

为建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制,保证利润分配政策的连续性和稳定性,老百姓同步披露了《未来三年(2024-2026年)股东回报规划》,在符合条件且保证正常经营的情况下,未来三年,公司拟每年以现金方式分配的利润最低应达到当年归母净利润的50%。据Wind统计,这一分红比例较公司往年平均水平有所提升。

在这一规划的指引下,老百姓今年首度推出了中期分红方案,拟每股派发现金红利0.33元(含税),拟分配的现金红利总额2.51亿元,占2024年半年度归母净利润的50.01%。

老百姓总裁王黎表示,公司坚守长期主义,坚定打造科技驱动的健康服务平台总战略。“老百姓始终以顾客为中心,更聚焦数智化、专业化和多元化转型发展,更扎实地践行‘利他’文化,做老百姓家门口的‘健康生活驿站’、健康中国的‘毛细血管’,持续创造更多商业和社会价值。”

上汽集团上半年营收净利双降

证券时报记者 韩忠楠

今年上半年,我国汽车行业面临“内卷外压”的复杂形势。一方面,国内市场销量增速承压下行,同时价格战引发消费者持币观望,行业终端库存高于正常水平;另一方面,虽然汽车出口和新能源汽车产销保持快速增长,对行业稳增长贡献显著,但受国际贸易保护主义影响,新能源汽车出口增速放缓,进一步加剧行业竞争。

在这样的背景下,多家汽车企业的经营压力持续加大。8月29日晚间,上汽集团(600104)披露了2024年

上半年业绩报。公告显示,公司报告期内营业收入2770.86亿元,同比下降12.43%;净利润66.28亿元,同比下降6.45%;基本每股收益约0.58元。

对于业绩的下滑,上汽集团公告称,主要是因燃油车市场下滑、价格战空前激烈,公司销售收入减少,毛利下降。公开数据显示,2024年上半年,上汽集团累计销售182.70万辆,同比下降11.81%。其中,上汽通用的销量降幅最为明显,上半年累计销售22.56万辆,同比下降49.98%;上汽大众累计销量51.21万辆,同比上升1.75%;上汽乘用车累计销售33.48万

辆,同比下滑18.49%。

上半年,面对市场惨烈竞争、行业深度内卷、海外拓展承压的经营环境,上汽集团调整产销结构,并紧抓零售板块。通过市场促销、保值回购、金融优惠等营销“组合拳”,上半年,上汽集团的零售销量比批售销量高出30万辆,渠道库存压力和资金风险得到缓解。

此外,上汽集团也在加大扩展新能源汽车市场和海外市场。在新能源汽车方面,上汽集团相继推出了智己L6、荣威D5X、别克GL8插混等多款新能源汽车产品;在海外方面,上汽集团一方面努力巩固西欧、南美等基盘市场,加

快拓展东欧等新兴市场;另一方面,公司也在积极应对欧盟反补贴调查,传递在欧洲中长期发展的信心,加快推进欧洲选址建厂等工作,并做好数据整理和材料收集向欧委会进行抗辩。

8月20日,欧委会披露对从中国进口纯电动汽车征收最终反补贴税的决定草案,据悉,其对比亚迪、吉利和上汽集团分别加征17.0%、19.3%、36.3%的反补贴税。对此,上汽集团方面回应,自由贸易和公平竞争是促进全球经济繁荣和可持续发展的关键,上汽集团反对人为设置贸易壁垒,呼吁维护公平竞争市场环境。