宁德时代年报出炉:电池毛利率下滑

证券时报记者 毛可馨

宁德时代2021年营收和市占率都取得不俗表现，但成本压力还是在毛利率中体现出来。4月21日晚间，宁德时代披露年报,2021年实现营业收入1303.56亿元，同比增长159%；归母净利润159.31亿元，同比增长185%。

具体看营收结构,动力电池、锂电池材料、储能系统分别贡献了70.19%、11.86%和10.45%的营收。其中储能系统增速最快，同比增长达601.01%;得益于金属价格上涨,宁德时代印尼镍铁生产项目投产，锂电材料销售收入也同比增长350.74%。

动力和储能两大块电池业务都增长显著，在市场上占领先地位。2021年宁德时代实现锂电池销量133.41GWh,同比增长184.82%,其中动力电池系统销量116.71GWh,同比增长162.56%。

据SNE Research统计,2021年全球动力电池使用量296.8GWh,同比增长102.3%，宁德时代电池装机量32.6%,连续五年居于首位。据鑫椤资讯数据,2021年全球储能电池产量87.2GWh,同比增长149.14%,宁德时代全球储能电池产量市占率第一。

不过，电池业务毛利率受原材料涨价侵蚀。2021年宁德时代动力电池系统毛利率为22%，同比下滑4.56个百分点；储能系统表现更为明显，毛利率下滑7.51个百分点至28.52%。与之相对的是,锂电池材料毛利率提升4.66个百分点至25.12%。

值得一提的是，海外市场愈发成为宁德时代重要的收入来源。来自境外的收入同比增长252.47%达278.72亿元,营收占比由去年同期的15.71%提升至21.38%。境外毛利率相对境内更为可观,达30.48%。特斯拉、现代、福特、戴姆勒等海外车企均为宁德时代客户,其中特斯拉是第一大客户,在报告期内确认的销售收入达130.39亿元,在总营收中占比一成。

图虫创意/供图 翟超/制图

宁德时代去年以来展开加快扩产步伐。截至年末,宁德时代电池系统产能为170.39GWh，产能利用率达95%,同时还有140GWh的在建产能。2021年年末在建工程金额达309.98亿元,而上年同期仅为57.5亿元。公司在此前回复函中表示,为实现2025年455GWh的销售（对应市占率30%）,2025年之前产能布局应达到约520GWh。

除扩产外，宁德时代还广泛投资布局上下游企业。体现在年报中,2021年投资活动产生的现金流较上年增加387.29亿元,同比增长257.29%;长期股权投资也增加至109.49亿元,相比去年翻倍。

在证券投资方面，宁德时代现持有9家上市公司股票，在报告期内共带来38.9亿元的投资收益。其中境内公司包括先导智能、小康股份、北汽蓝谷、天华超净、振华新材、永福股份和星云股份，这些公司基本是宁德时代的上下游合作伙伴；此外还持有两家境外矿产商股份，分别为澳大利亚的Pilbara Minerals和加拿大的NEO Lithium。

2021年宁德时代研发费用为76.91亿元,同比增长115.48%,但在营收占比有所下滑，由去年同期的7.09%下滑至5.09%。研发人员数量超1万，主要研发投入项目包括钠离子电池、AB电池系统、第三代CTP技术及无热扩散技术。

前十大股东中，宁波梅山保税港区瑞庭投资、深圳市招银叁号、湖北长江招银动力、西藏鸿商资本、宁波梅山保税港区博瑞荣合分别减持200万股、1188万股、1103万股、1327万股和126万股，但总体持股比例变化不大。

原材料成本高企给锂电产业链蒙上阴霾,叠加近期疫情扰动供应链,行业需求短期偏弱。宁德时代年初以来股价走势低迷,累计下跌超30%。因市场质疑其一季度业绩不及预期,4月20日单日跌幅达7%,告别万亿市值。截至最新收盘，宁德时代报每股409.11元,总市值9536亿元。

舍得酒业首季净利增逾七成 拟投70亿扩产原酒

证券时报记者 唐强

4月21日晚间,舍得酒业（600702）发布了2022年第一季度报告:1~3月,公司实现营业收入18.8亿元，同比增长83%;实现净利润为5.3亿元,同比增长76%。

舍得酒业方面表示，一季度业绩飘红,与上市公司持续推进老酒战略,老酒品质进一步得到消费者认可,以及积极布局春节旺季动销市场有关。

加码原酒产储能力

在披露2022年一季报的同时,舍得酒业还发布了增产扩能公告。

公告披露，舍得酒业预计总投资70.54亿建设增产扩能项目,该项目建成后,预计将新增年产原酒约6万吨，新增原酒储能约34.25万吨,年新增制曲产能约5万吨。产能的持续扩张,进一步优化产储酒结构,提升生产效率,提高基酒优质率,推动企业经营迈入新的阶段，也为舍得酒业老酒战略的全国化布局提供了后期保障。

从长远角度来看，增产扩能之举,顺应了酒业“十四五”规划、川酒振兴的趋势。如今行业向名酒集中、向高端集中趋势愈发明显，优质产能成为头部品牌持续发力的底层逻辑。从行业现状来看，“扩产”成为2022年白酒行业的高频热词，消费升级让名酒的市场需求量激增，知名酒企频频加码扩大产能。

舍得酒业表示,上述项目建成后,将增强上市公司原酒产、储能力,提高生产体系运营效率;进而实现舍得酒业现有生产布局、生产设备设施、配套功能的全方位优化升级,并进一步提升上市公司产品的市场竞争力及占有率。

目前，我国白酒行业已进入存量竞争时代,白酒消费持续升级,市场进一步呈现向名优品牌集中的趋势,出现了强者恒强的局面。

作为川酒“六朵金花”之一,舍得酒业作为具有文化特色的酒企，坚定实施老酒战略、双品牌战略,以中高端酒为主要销售产品，近年来经营业绩整体呈持续上升状态。3月18日,舍得酒业2021年财报披露,公司实现营业收入49.69亿元,同比增长84%;实现净利润12.46亿元，同比增长114%,创下史上最好业绩。

持续推进老酒战略

受外部大环境影响，白酒资本市场波动较大。有投资者认为,在此背景下，舍得酒业叠加去年基数大增的因素,2022年首季度还能实现83%的较大增长,的确实属难得。

从现阶段来看，舍得酒业将持续推进老酒战略，“生态酿酒”“老酒储备”是其手中的两张王牌。在产品矩阵上,舍得酒业坚持双品牌战略（即舍得和沱牌）,不断完善产品体系,聚焦打造品味舍得、藏品舍得等战略单品,以不同价格进行市场占位区隔协同发展。在市场渠道上,舍得酒业采取“聚焦川冀鲁豫、提升东北西北、突破华东华南”的渠道策略,突出重点、明确方向。

如果说，扩大产能是企业的硬实力,那么人才就是酒企发展的软实力。

据悉,2021年，舍得酒业启动了校园招聘计划，签约的本科生、研究生、博士生多达400余人;同时,还面向社会招聘500名生产一线的酿酒技工。从某种意义上来讲,扩大产能与招工热的繁荣现象，证明了企业经营基本面持续向好。

需要指出的是,多家券商也表现出对舍得酒业的看好,给予“买入”评级。

近期，国信证券研报指出,2021年舍得酒业经销商新增1036家,退出545家,经销商质量不断提升。加快全国化布局,2021年舍得酒业四川省内、外收入分别为11.8和29.9亿元,分别同比增长127.6%和80.8%,大本营市场地位进一步提升。当下,舍得酒业在成熟市场动销氛围日益提升,在发展市场终端氛围渐起，品牌和渠道已形成一定势能，外部次高端升级扩容红利叠加内生改善有望助推该公司业绩稳健成长。

中国移动首季净赚256亿元 5G客户达4.67亿

证券时报记者 刘灿邦

4月21日晚间,中国移动（600941）披露2022年一季报，一季度公司实现主营业务收入1938亿元，同比增长9.1%;其他业务收入为335亿元,同比增长61.6%，主要由于手机销售量大幅增长。同期,公司净利润为256亿元,同比增长6.5%,净利润率11.3%。

中国移动表示，一季度公司坚持稳中求进,坚持创新驱动,持续深化基于规模的价值经营,推进CHBN全向发力、融合发展,构建“连接+算力+能力”新型信息服务体系,加快构筑创世界一流“力量大厦”,主要经营业绩指标延续上一年的良好增长势头。

个人市场方面,中国移动深化“连接+应用+权益”融合运营,加快渠道转型,开展精准营销,发展会员经济,客户规模根基稳固、结构不断优化、价值持续提升。截至一季度末,公司移动客户总数约9.67亿户，其中5G套餐客户总数达到4.67亿户,5G网络客户总数达到2.33亿户。

第一季度，中国移动的流量业务保持良好增长态势，手机上网流量同比增长20.7%，手机上网DOU达到13.0GB；总通话分钟数为7086亿分钟,同比下降1.1%;短信使用量2243亿条,同比增长6.2%;首季度,移动ARPU为47.5元,同比增长0.3%。中国移动表示，公司将持续深化价值运营，推动产品创新，力争全年移动ARPU实现稳健增长。

家庭市场方面，中国移动持续挖掘“全千兆+云生活”价值空间,扩大千兆宽带占比,加强内容运营,持续提升魔百盒渗透与增值业务订购，探索智慧家庭新场景创新，推动规模优势转化为价值优势。

截至今年一季度末，中国移动的有线宽带客户总数达到2.49亿户,季度净增899万户,其中,家庭宽带客户2.25亿户，季度净增727万户；首季度,有线宽带ARPU为32.4元,同比增长1.8%，家庭宽带综合ARPU为37.8元,同比增长5.3%。

政企市场方面，中国移动一体推进“网+云+DICT”规模拓展,构筑移动云差异化优势，全面提升信息服务行业市场竞争力，推动高频高价值行业产品规模复制,保持强劲增收动能。首季度,DICT业务收入为237亿元,同比增长50.9%。

中国移动表示，随着5G大规模投产，网络运营及支撑支出将有较快增长,DICT等信息服务业务规模拓展，也将引发转型升级资源的旺盛需求。公司将持续推进开源增收、降本增效,做好“有保、有压、有控”的资源精准配置,全面推进各项重点部署,实现全年主营业务收入、净利润的良好增长,保持良好的盈利水平,持续为投资者创造价值。

根据中国移动2022年经营计划指引,在个人市场,公司计划实现5G网络客户净增1.3亿户，移动ARPU稳健增长;在家庭市场,家庭宽带客户净增2000万户，家庭宽带综合ARPU良好增长。此外,政企客户计划净增300万户,新兴市场收入规模显著增长。

华西证券认为，中国移动锚定信息服务科技创新公司定位，积极推进新基建建设,系统打造以5G、算力网络、智慧中台为重点的新型信息基础设施，加快推进信息技术和数据要素的融合运用，打造数智驱动的新增长模式。

康恩贝去年净利增长343% 14个品牌或产品销售过亿元

证券时报记者 李映泉

4月21日晚间，康恩贝(600572)发布年报:公司2021年实现营业收入61.5亿元,同比增长4%;实现归母净利润20.09亿元，同比增长343%,实现扣非后归母净利润1.58亿元,同比增长872%。公司拟每10股派发现金红利1.6元。

年报显示,2021年康恩贝在消化了丹参川芎嗪注射液收入归零与多重不利因素后，实现营业收入取得稳步增长。

在净利润方面，大幅增长343%的主要原因,是公司2021年底转让子公司珍视明42%股权所带来的大额投资收益。如剔除这一因素,以及嘉和生物股价大幅下跌导致的大额浮动亏损和计提股权投资、固定资产、存货等资产减值准备的影响,康恩贝2021年归母净利润为5.48亿元,同口径同比增长96%。

从业务结构来看,康恩贝2021年最大的核心业务板块仍为自我保健产品业务,收入为31.72亿元,在公司主营收入中的占比超过50%。其中,健康消费品业务实现收入11.07亿元,同比增长23%。受疫情因素影响,非处方药业务实现收入20.66亿元,同比2020年略有下降。

2021年处方药板块业务实现收入20.82亿元,同比保持稳定增长。原料药整体收入增长9.37%。

根据年报，康恩贝内生动力的增强得益于近年来持续推进的大品牌大品种工程和科技创新驱动发展工程，公司共有14个品牌或产品系列销售过亿元，康恩贝肠炎宁系列产品和珍视明眼健康系列产品继续位居5~10亿级产品矩阵,另有2~5亿级产品8个,1~2亿级产品4个。对比上一年榜单来看，多个产品已从2020年的1~2亿级产品跃升为2021年的2~5亿级产品。

2021年年内,康恩贝完成珍视明42%股权的公开挂牌转让工作，还完成了兰信小贷公司30%股权、迪耳药业25%股权等股权资产的转让工作,并有序推进内外部相关资产、股权处置和整合工作。

此外,康恩贝2021年计提资产减值准备共计2.56亿元,这是落实省国贸集团部署和要求，加快优化资产和业务结构的举措之一。

对于2022年发展的工作主线,康恩贝董事长胡季强在年报中表示,公司将围绕“建设浙江省中药健康产业主平台，打造浙江省生命健康产业龙头、全国中药健康产业龙头之一”的总目标,奋力实现创新创业驱动内生高质量增长和并购整合驱动外延加速度增长的双突破,努力推动康恩贝在2022年经营业绩回升至历史高点。

在研发方面，公司将争取获取世界首个中药双层口腔贴片的上市许可，多途径引进已上市药品MAH,为公司发展提供新的增长点。

氯化钾进口减少 国际价格再涨藏隐患

证券时报记者 余胜良

据海关统计,2022年3月份我国氯化钾进口量为63.85万吨，环比减少16.12%,进口均价416.17美元/吨;2022年1~3月份总进口量在209.82万吨,同比减少18.11%。进口价格大幅低于我国签订的大合同价，背后原因并不值得高兴，可能意味着中国增加进口氯化钾的难度增加了。

2月15日,中国进口钾肥联合谈判小组与国际钾肥供应商加拿大钾肥公司(Canpotex)达成一致,确定2022年度标准氯化钾进口价格为CFR590美元/吨,同比增长139%。按道理2月份就应该实施该价格,不过3月份进口价格却远远低于大合同价格,这背后的原因,是中国抓住机会以较低的价格签订了2022年的大合同，但大合同执行力度有限，部分一季度的进口氯化钾货源仍是2021年的剩余合同量。

从俄罗斯和白俄罗斯进口氯化钾对我国钾肥有着决定性影响。3月当月进口的氯化钾(除纯氯化钾外)来源国分布情况:白俄罗斯31.47万吨、俄罗斯13.34万吨(其中边境贸易12.12万吨)、加拿大9.54万吨、以色列2.32万吨、老挝7.02万吨、约旦0.15万吨。其中白俄罗斯和俄罗斯占到了进口量的七成。

一季度进口的氯化钾（除纯氯化钾外）来源国分布情况为：白俄罗斯68.44万吨、俄罗斯58.36万吨(其中边境贸易34.21万吨)、加拿大40.38万吨、以色列20.92万吨、老挝14.59万吨、约旦6.88万吨和乌兹别克斯坦0.24万吨。其中俄罗斯和白俄罗斯占到进口总量的六成。

从进口量上可以看出，俄罗斯进口3月份明显缩量，白俄罗斯和加拿大较为稳定,老挝3月份有所放量,但整体还比较少。

根据统计，在3月份中国进口氯化钾通过边贸的过货量在12.12万吨,进口均价在511.58美元/吨,进口价格亦在持续拉涨中。在2022年1~3月份边贸进口量达到34.22万吨,同比降幅达42.11%。据了解,目前俄罗斯与白俄罗斯均无法顺利通过海运运输至中国，白俄将通过中欧铁路进入国内，但能否依照海运大合同的执行尚未明确。而俄罗斯方面边贸是采取每月订单商谈的方式，据悉俄方报价较高,中俄双方仍在商谈中。

目前国际钾肥价格，相比大合同价又有大幅上涨。目前温哥华、西北欧、以色列氯化钾FOB价分别报862.5美元/吨、901.5美元/吨、929.0美元/吨,较3月31日分别上涨115.0美元/吨、87.5美元/吨、90.0美元/吨,涨幅分别为5.4%、10.7%、10.7%。此外,目前巴西大颗粒氯化钾(MOP)平均价格大概在1150美元/吨CFR,未来一两个月内该价格可能会攀升至1250美元/吨CFR,有市场人士称已有该价格的订单成交。这样的价格将创历史新高。

在这种情况下，一些国际巨头有可能将氯化钾销往价格高的区域,增加利润。

国内价格也在高点，目前我国港口62%白钾自提价为5100元/吨左右,港口60%大红颗粒自提价为5000元/吨左右，边贸62%俄白钾车板价4850元~4900元/吨左右，青海60%白钾到站价3900元~4800元/吨左右。

中国今年来致力于海外找矿,以满足国内需求，值得一提的是亚钾国际在老挝开采氯化剂已可反哺国内。根据该公司2月16日公告,与中农集团签署《2022年春耕保供战略协议》,亚钾国际方面表示，今年根据国内需要，可反哺国内50万吨，待明后年300万吨/年海外生产基地建成后,2/3产量可根据需要反哺国内。