

百度二季度净利增44% 未来继续坚定投资AI



证券时报记者 王小伟

8月22日，百度发布第二季度未经审计的财务报告，实现营收341亿元，同比增长15%；实现净利润80亿元，同比增长44%。

这是百度发布大模型后首份半年报，从这份成绩单来看，营收和净利润双双实现大幅增长。

拆解来看，得益于在线营销业务的稳健表现和经营杠杆推动，百度核心营收和利润增长加速。第二季度，百度核心收入264亿元，同比增长14%。百度核心经营利润同比增长27%，至65.1亿元，经营利润率为25%，相比2022年第二季度的22%和2023年第一季度的23%有所提升。百度核心的在线营销收入为196亿元，同比增长15%。百度核心在经营中产生约97亿元净现金流。

今年上半年，包括不少互联网头部企业在内，经营都出现一定压力。



图虫创意/供图 官兵/制图

什么力量带动百度实现突围呢？

基本盘是重要动力之一。据悉，百度智能云、智能驾驶、用户产品等基本盘业务在二季度迎来突破性进展。

其中，作为经过AI调优的云基础设施，百度智能云为大模型训练提供算力，并迅速扩展合作客户群。千帆大模型平台还能够帮助企业解决大模型开发和应用过程中的问题。在第二季度，百度智能云签约客户数量持续增加。根据《IDC中国AI公有云服务市场份额》报告，百度智能云市场份额占比第一。

智能驾驶方面，百度自动驾驶出

行服务平台萝卜快跑快速拓展运营规模。第二季度，萝卜快跑提供了71.4万次乘车服务，同比增长149%。

AI则是另外一条重要的动力线。目前，百度正在用文心大模型和文心一言构建AI原生应用，彻底重构产品线。

8月16日，百度发布文心大模型、飞桨平台、AI原生应用如流等一系列技术、产品及生态成果。目前，飞桨生态已凝聚800万开发者，服务22万家企事业单位，基于飞桨创建了80万个模型。

百度创始人、董事长兼首席执行官

李彦宏表示，“百度正在用AI原生思维重构产品和服务，百度致力于围绕生成式AI和大语言模型构建新引擎，推动长期增长。”

百度首席财务官罗戎表示：“百度已经在AI领域投资了十多年，将继续坚定投资AI，在未来几个季度加大对大语言模型和生成式AI的投入。”



E公司 上市公司资讯第一平台

生猪自繁自养走出亏损区间 行业状况有望改善

证券时报记者 赵黎昀

上半年生猪养殖端普遍亏损的局面，在近期市场回暖并维持高位震荡后出现反转。

从相关公司披露的养殖成本等信息来看，当前市场价位下，自繁自养已走出亏损区间，下半年随着旺季来临，行业整体盈利状况或将改善。

不过，在供给端未有显著减量的背景下，市场对于生猪市场回暖仍持谨慎态度。虽然开学季临近对消费端有所提振，但供应相对充沛仍将制约猪价上涨空间。

猪价震荡

经历阶段大涨后，当前国内生猪价格呈现出震荡走势。

据搜猪网监测数据显示，8月22日全国瘦肉型猪出栏均价为17.09元/公斤，较去年同期的21.57元/公斤下跌了4.48元/公斤，同比跌幅20.77%。

根据卓创资讯监测，8月上旬及中旬全国外三元生猪交易均价为17.19元/公斤，月内高低点价差在0.31元/公斤，数据也明显反馈出8月上中旬行

情整体处于震荡状态。

自繁自养现盈利

今年上半年，国内生猪市场供应宽松，猪价维持在14—15元/公斤的低位水平，无论自繁自养还是外购仔猪养殖者，养殖利润基本都处于亏损区间。

近日牧原股份披露的2023年半年报就显示，期内该公司实现营业收入518.69亿元，较去年同期增长17%，归母净利润亏损27.79亿元，较去年同期大幅减亏。

而主营涉及生猪养殖的立华股份上半年也亏损5.92亿元，同比下滑281%。对于生猪养殖板块，该公司称，报告期内受市场供需失衡影响，猪价持续低迷，养猪板块亏损。一季度区域性非瘟疫情对生产成本产生影响，二季度逐步恢复正常。上半年，公司销售肉猪36.6万头，同比增长88%；销售均价14.86元/公斤，同比上升1.97%。

此外，新希望已发布上半年业绩预告，预计今年1—6月亏损27.9亿元—29.9亿元，比上年同期上升32.6%—27.77%。傲农生物上半年也预亏5.6亿元到6.8亿元。

不过，生猪养殖亏损的局面或有望在下半年得以改善。

牧原股份就在公告中表示，该公司在生猪健康管理、疫病净化等方面持续取得进展，养殖生产成绩持续改善，生猪养殖成本持续下降。根据牧原股份公开披露信息显示，公司6月份生猪养殖完全成本为14.6元/公斤，连续6个月持续下降。

伴随近期生猪价格明显上升，根据国家统计局数据，生猪价格最高已超过17元/公斤以上。若生猪价格保持现有水平，按照牧原股份现阶段生猪养殖完全成本测算，单月或能实现盈利。

目前饲料原料依旧处于上涨态势，养殖成本有所增加，同时生猪价格重心出现下移，使之自繁养殖盈利出现缩减，且前期仔猪价持续上涨，致使外购仔猪养殖亏损增大明显。

谨慎看好消费旺季

按照季节性波动趋势，8月下旬后，猪肉消费随着天气逐步转凉及各地学校开学返校日临近，或将大概率稳步回升，终端需求将逐步走出季节性消费淡季向旺季转变，近期市场看

涨信心有所提升。

不过采访中，行业分析人士对后期猪价上涨空间仍偏谨慎判断。

上海钢联农产品事业部生猪分析师潘婷婷认为，近期行情走势整体处在供需拉锯中，预计短期猪价或维持震荡运行。临近月底，随着学校需求好转支撑，猪价或再涨。同时猪价在经历一轮上涨后，仍有二育入场及需求预期支撑，猪价震荡调整中底部受托。后续猪价上涨延续但空间不大，需求明显提振或将出现在冬季。

“2022年四季度能繁母猪存栏量增加，导致2023年三季度可出栏猪源增多，规模养殖场出栏积极性尚可，虽然需求有提升空间，但供应相对充沛，或制约9月猪价上涨空间。”卓创资讯分析师朱泽坤也认为，7月末卓创资讯调研全国192家规模养殖企业8月份生猪出栏计划环比增1.07%，2023年四季度能繁母猪存栏量增加，导致8月份可出栏重猪源增多。截至8月17日，全国生猪交易均重为121.24公斤，仅较年内低点上涨0.39公斤，仍然低于2022年同期。生猪交易均重增幅有限代表规模养殖企业生猪出栏积极性尚可，并未出现较为普遍的惜售现象，生猪供应缺口不大。

安踏上半年净利增四成 营收三年翻倍逼近300亿

证券时报记者 钟恬

安踏集团8月22日发布中期业绩，2023年上半年实现收入296.5亿元，同比增长14.2%，较2019年同期实现翻倍。从2019年上半年至2023年同期，复合年均增长率保持在双位数。

安踏集团表示，下半年，随着国家出台《关于促进民营经济发展壮大的意见》，推出多项利好体育产业发展的政策，公司对体育用品市场的前景充满信心，将深化多品牌协同模式，通过科技创新和精细化运营引领未来的增长。

2023年上半年，安踏集团归属股东净利润同比大幅增长39.8%到52.6亿元（不含分占合营公司损益）。安踏集团表示，公司抓住了体育运动市场复苏的机遇，专业运动、时尚运动、户外运动三条增长曲线形成合力，打造了独特的“多品牌管理+零售运营”的商业模式。分品牌来看，安踏集团两大主品牌——安踏品牌及FILA品牌上半年分别实现141.7亿元及122.3亿元收入。

安踏集团在中国运动鞋服市场前五大品牌中独占两席，其两大主品牌——安踏品牌及FILA品牌分别位居第二及第五大品牌。安踏品牌继续在中国运动品牌中保持领先，FILA品牌则跻身中国市场前三大国际运动品牌。

从行业增长趋势来看，体育用品行业的增速依然跑赢其他可选消费品，是一条仍有巨大深耕空间的“黄金赛道”。从行业需求变化来看，消费者对体育用品的需求越来越多元化，呈现出消费圈层化、场景细分化、功能专业化、表达个性化的“四化”趋势。具有鲜明差异化定位的小众品牌受到很多消费群体的喜爱，成长速度跑赢大众品牌。安踏集团的多品牌战略，差异化布局不

北交所公司半年报密集披露 绩优股火速迎来机构调研

证券时报记者 梁秋燕

近期北交所公司2023年半年报批量出炉，多家公司上半年业绩亮眼，18家公司净利润同比增长逾五成，其中6家公司实现翻倍增长。

在披露半年报后，多家公司迅速迎来了机构调研，绩优股受青睐，部分公司更是被多次调研。

8月22日晚间，逾10家北交所公司披露半年报，截至发稿，已有84家公司公布2023年半年报。

从营业收入来看，过半公司上半年营收实现同比增长，其中康普化学等11家公司营收实现同比四成以上的增幅，旭杰科技更是增长逾一倍。

盈利方面，78家公司实现盈利，盈利面占比超九成；富士达上半年净利润为9020万元，暂时位居北交所公司盈利榜首位。

46家公司上半年盈利同比实现增长，占比略超一半。其中，18家公司净利润同比增长逾五成，当中路斯股份等6家公司盈利增幅超一倍。

上半年北交所“牛股”康普化学最新披露的半年报显示，今年上半年实现营收2.21亿元，同比增长53%；净利润同比增长68%至7284万元，扣非后净利润为7136万元，同比增长68%。对于上半年营收和利润双双实现大幅增长，康普化学表示，营业收入增加，是因为新增了销售订单，销售量增加，导致销售额增加。营业收入增加带动利润增长。

五新隧装上半年业绩同样亮丽：营收同比增长47%至4.35亿元，净利润为7217万元，同比增长62%，扣非后净利润为6757万元，同比增长超六成。

据五新隧装介绍，公司上半年收入增长主要因国内经济社会恢复

同的运动场景和消费层级，实现了从需求广度到需求深度的全覆盖，刚好顺应和满足了这种市场需求的更迭。

报告期内，FILA品牌实现收入122.3亿元，同比增长13.5%，经营溢利同比增近50%，经营溢利率达29.7%，恢复到历史最好水平。

公司表示，FILA的店效实现同比双位数的增长，在行业内保持领先；库销比回到了5倍以内的健康水平，新品售罄率超80%，均处于非常健康的水平。另一方面，上半年FILA电商业务增速超过50%，透过线上覆盖了更多消费者。

其他品牌方面，迪桑特及可隆体育等其他品牌组成的集团第三增长曲线，延续了高速增长的气势。包括迪桑特及可隆体育在内的其他品牌收入同比大增77.6%，至32.5亿，增速创新高，已连续22个季度保持双位数增长。两个品牌的店效也实现了和收入增速相匹配的大幅成长。

在品牌发展路径上，安踏集团表示，这两个品牌将继续围绕零售运营模式的持续升级，以店效为管理核心，控制开店数量，强化消费者体验，不盲目追求规模扩张，在不断巩固各自品牌定位的基础上稳步发展。

今年上半年，安踏集团持续加大科研投入，强化专业属性，以科技引领商品力提升。通过联合清华、东华等知名高校搭建联合创新平台，设立国家级院士工作站及博士后科研站，上半年研发投入近7亿元。

安踏集团还表示，积极响应国家“双碳”目标，致力于建设环保、健康、安全、高效的供应链共生平台。公司加入了科学碳目标倡议（“SB-Ti”），为全部11家自有营运设施制定节能减排计划，并带动超过80家供应商一起，使用可再生能源。

中国电研上半年营收增近12% 研发投入接近净利

证券时报记者 李映泉

8月22日，中国电研(688128)发布2023年半年报，公司实现营业收入18.44亿元，同比增长11.94%；实现归母净利润1.85亿元，同比增长10.94%；实现扣非后归母净利润1.65亿元，同比增长19.19%。

在质量技术服务业务方面，报告期内，公司各地新建有源医疗器械、汽车电子部件、光伏逆变器实验室共计9个；国内嘉兴新能源检测基地、青岛检测基地、花都检测基地相继投入运营。截至报告期末，公司已在全球7个国家和地区、35个城市，设立了9个大型综合检测基地，7个典型气候试验站和20个服务网点，合计实验室面积

超过12万平方米。

在智能汽车领域，中国电研获得理想汽车高低压线束、电控部件检测项目认可，江铃汽车电子电器检测实验室认可，一汽红旗及江铃汽车腐蚀、光老化项目认可；新增一汽红旗、合创、TESLA、VINFAST、JOHN DEERE、上汽L3等EMC项目认可。与此同时，上海威凯公司获得上汽通用汽车（SGM）GP10第三方实验室认可，嘉兴公司获得蔚来汽车旗下阿尔卑斯品牌内外饰涂层测试定点授权。

报告期内，公司还成为广东碳中和市场及全国碳市场控排企业碳排放核查及评议机构，并成功开拓国内外多家知名客户。

在成套装备业务方面，中国电研

持续拓展海外市场份额，加大中美洲家电生产线新市场的开拓力度，并继续巩固在印度、北非和土耳其市场的业务基础。同时进一步拓展增长新赛道，一是继续深入推进新能源汽车制造企业车架焊接自动化生产线项目、新能源汽车热管理综合检测试验设备项目发展与应用，成功开拓重庆长安、长城汽车、江铃汽车等车企，客户群不断扩展；二是与国际摩托车龙头企业签订智能化涂装整厂总承包合同，进一步增强公司在二轮车涂装装备领域的行业影响力。

在环保涂料及树脂业务方面，作为中集集团全球两家主要供应商之一，中国电研自主研发的聚酯树脂在集装箱粉末涂料中的应用得以持续推广；粉末

涂料中标签约中信戴卡2023年集团采购项目，进一步巩固轮毂底粉市场占有率；推进布局新能源及储能赛道，自主研发的电池用绝缘阻燃粉末涂料及储能电柜防腐超耐候粉末涂料在新能源电池及储能领域的应用不断加强，稳固了作为宁德时代、比亚迪等公司的合格供应商地位；新开发的水性轮毂漆成功通过比亚迪测试，即将替代传统溶剂型涂料开启批量应用。

在研发上，中国电研上半年研发投入为1.48亿元，同比增长17.14%，与同期净利较为接近。公司持续强化科研平台建设，工业产品环境适应性国家重点实验室面向“产业基础高级化”、“海洋强国”和“装备走出去”等国家重大战略，取得了较好的科研成果。