

孟晚舟回国后首次公开亮相

华为去年净利润增长75.9%至1137亿元

羊城晚报记者 林曦

3月28日下午,华为公司举行2021年财报发布会。值得一提的是,这是华为首席财务官孟晚舟回国后首次公开亮相。孟晚舟在发布会上透露,2021年,华为收入为6368亿元,同比下降28.6%;净利润为1137亿元,同比上升75.9%。

“我上一次参加华为财报发布会还是在4年前”,孟晚舟在发布会上表示,“过去4年,世界的变化很大,祖国的变化也很大,回国的几个月中,我一直在努力学习,跟上这些变化。”当被问及回国后6个月的感觉是怎样的,孟晚舟用了中国一个俗语说:“洞中方一日,世上已千年,回家六个月,我唯有努力地不缺席,才能赶上祖国的变化。”

在发布会现场,华为轮值董事长郭平和孟晚舟还回答了包括羊城晚报记者在内的媒体提问,谈到了芯片、手机、研发等问题。

谈研发:最大的财富不在报表上

面向未来,华为持续加大研发投入,2021年研发投入达到1427亿元,创下历史新高,占全年收入的22.4%,十年累计投入的研发费用超过8450亿元。孟晚舟表示:“我们的规模变小了,但我们的盈利能力和现金流获取能力都在增强,公司应对不确定性的能力在不断提升。”孟晚舟认为,华为最大的财富不在报表上,华为为的最大财富是人才存储、思想存储。华为的核心竞争力在于长期在研发领域的投资。

得益于主营业务的盈利能力提升,2021年华为经营现金流有较大增长,达到597亿元;资产负债率降低到67.8%的水平,整体的财务结构的韧性和弹性都在加强。郭平指

出:“公司整体经营情况符合预期,运营商业表现稳定,企业业务稳健增长,终端业务快速发展新产业,生态建设进入快车道。”

具体从三大业务来看,华为在运营商业领域实现销售收入2815亿元,累计签署了3000多个5G行业应用合同,5G在制造、矿山、钢铁、港口、医疗等行业规模商用。华为为消费者业务滑落成为第二大业务集团,实现销售收入2434亿元,智能穿戴、智慧屏、TWS耳机及消费者云服务等实现持续增长,其中可穿戴设备和智慧屏业务收入同比增长超过30%。搭载HarmonyOS的华为设备超过2.2亿台,成为全球发展速度

最快的移动终端操作系统。

华为为企业业务实现销售收入1024亿元,数字化转型浪潮下,华为在全球700多个城市、267家世界500强企业提供数字化转型服务。面向政府、交通、金融、能源以及制造等重点行业,华为发布了11大场景化解决方案,成立了煤矿、智慧公路、海关和港口等军团,整合资源高效服务客户。华为为消费者业务滑落成为第二大业务集团,实现销售收入2434亿元,智能穿戴、智慧屏、TWS耳机及消费者云服务等实现持续增长,其中可穿戴设备和智慧屏业务收入同比增长超过30%。搭载HarmonyOS的华为设备超过2.2亿台,成为全球发展速度

最快的移动终端操作系统。华为为企业业务实现销售收入1024亿元,数字化转型浪潮下,华为在全球700多个城市、267家世界500强企业提供数字化转型服务。面向政府、交通、金融、能源以及制造等重点行业,华为发布了11大场景化解决方案,成立了煤矿、智慧公路、海关和港口等军团,整合资源高效服务客户。华为为消费者业务滑落成为第二大业务集团,实现销售收入2434亿元,智能穿戴、智慧屏、TWS耳机及消费者云服务等实现持续增长,其中可穿戴设备和智慧屏业务收入同比增长超过30%。搭载HarmonyOS的华为设备超过2.2亿台,成为全球发展速度

最快的移动终端操作系统。华为为企业业务实现销售收入1024亿元,数字化转型浪潮下,华为在全球700多个城市、267家世界500强企业提供数字化转型服务。面向政府、交通、金融、能源以及制造等重点行业,华为发布了11大场景化解决方案,成立了煤矿、智慧公路、海关和港口等军团,整合资源高效服务客户。华为为消费者业务滑落成为第二大业务集团,实现销售收入2434亿元,智能穿戴、智慧屏、TWS耳机及消费者云服务等实现持续增长,其中可穿戴设备和智慧屏业务收入同比增长超过30%。搭载HarmonyOS的华为设备超过2.2亿台,成为全球发展速度



孟晚舟首次公开亮相 华为供图

谈手机:在新的领域寻找新机会

谈芯片:解决半导体问题需耐心

由于众所周知的原因,华为这几年在芯片上遇到了不少困难。在回答现场媒体关于华为芯片问题的时候,郭平表示,解决整个半导体的问题,是一个非常复杂漫长的投入工程,需要有耐心。在先进工艺不可获得的情况下,单点技术不可获得的情况下,华为寻找系统的突破。未来的方案可能会采用多核结构,为芯片注入新的生命力,以提升芯片性能,相信能够增加华为持

续供应的能力。在回应收入下滑问题的时候,孟晚舟表示,收入下滑主要有三个原因:一是供应链持续承压,美国多轮制裁对华为手机等业务影响很大;二是中国5G建设在2020年基本完成,客户需求减少;三是疫情影响,华为与全球中国企业,在疫情下承受了压力,无论怎样,为客户服务是目标,会持续保持在研发投入。郭平指出:“我们还要为生而存,有

许多困难要克服,但困难再大,我们也要坚定不移地加大投入,这样我们才有未来。”

其实,在克服困难的过过程中,华为不断和产业链伙伴紧密合作。在过去的一年中,华为秉承开放、协作、利他的理念,着力打造繁荣的欧拉、昇思、鸿蒙生态,超过800万开发者采用华为开放的平台、开源的软件及丰富的开发工具,探索创新的商业场景和商业模式。

从财报中可以看到,去年华为的消费者业务受到比较大的影响,这主要是由于华为手机销量下滑所导致。有相关调研机构的数据显示,华为去年的手机出货量较2020年下降了81.60%。

对此,郭平表示,美国连续多年的制裁给华为带来了非常大的困难,特别是华为的手机业务,因为手机芯片需要有强算力、低功耗和很小体积的需求,华为在获得方面还有困难。华为在积极与有关各方探讨手机的可持续发展方案的同时,也在探索可穿戴等领域发展的可能,公司可穿戴手表手环已有超过1亿的用户,公司会在若干新的领域寻找新的发展机会。他同时指出,目前华为暂无计划在海外推出搭载HarmonyOS的手机。

孟晚舟表示,过去是华为比较艰难的时刻,现在,华为已经穿过了“黑障区”。虽然手机业务受

阻,但是华为的5G业务发展得非常好。目前,华为助力全球运营商部署了领先的5G网络。据第三方报告显示,在瑞士、德国、芬兰、荷兰、韩国、沙特等13个国家,华为承建的5G网络用户体验均为最佳。华为和运营商、合作伙伴一起,累计签署了3000多个5G行业应用商用合同,5G在制造、矿山、钢铁、港口、医疗等行业规模商用。

此外,郭平在会上再次重申,华为不造车,华为要用华为为积累三十多年的技术与汽车行业深度融合,帮助车企造好车、卖好车。在汽车领域,华为已与300多家合作伙伴建立了合作关系。

郭平强调:“华为将沿着数字化、智能化、低碳化方向前进,依靠人才、科研和创新精神三要素,持续加大投入,力求实现基础理论、架构和软件的技术底座重构,构筑长期竞争力。”

美的集团全面私有化库卡

收购总价款约10.5亿元

羊城晚报记者 黄婷

时隔近七年,家电巨头美的集团不惜打破先前承诺,要将工业机器人“四大家族”之一的库卡(KUKA)收入囊中。美的集团近日发布公告称,公司全资子公司美的电气全面收购库卡的股权并私有化,收购总价款约1.5亿欧元(约合人民币10.5亿元)。

打破当初“不干预”承诺

美的收购库卡的主体为集团全资子公司广东美的电气有限公司。目前,美的集团间接持有库卡95%的股份。交易完成后,库卡也将成为美的集团100%控制的境外子公司,并从法兰克福交易所退市。

美的集团着手布局机器人领域可以追溯到2015年。彼时,在美的“智能家居+智能制造”的双智战略驱动下,美的与日本安川电机设立两家机器人合资公司,注册资本各1亿元;2016年初,美的斥资1.78亿元参股埃夫特17.8%的股权,同时向库卡发起37亿欧元收购要约,并在2017年最终完成收购,持有94.55%的股份;此外,美的还于2017年收购以色列高创公司,构建起由库卡和高创构成的机器人及自动化系统板块。

“不干预”是美的成为库卡绝对控股方时的承诺,美的在投资协议中承诺保持库卡的独立性,其中包括美的不会寻求库卡退市等,为期7年半,到期日为2024年年初。

不过,库卡在被收购之后的几年里业绩一度陷入亏损,股价也从2017年的256欧元/股一路下探至2020年的22.50欧元/股。业内人士认为,眼下库卡股价相对低迷,此时美的加快私有化步伐,可以花费较少代价;库卡在美的内部归属为机器人及自动化事业群,私有化将有利于其与埃夫特、高创等其他机器人相关业务进行内部资源协同。

三大运营商日赚逾4亿元

今年会继续重点布局5G网络建设

羊城晚报记者 林曦 实习生 潘桂怡

近日,中国移动发布了年报。年报显示,中国移动去年全年营业收入达8482.58亿元,同比增长10.4%;归母净利润为1159.37亿元,同比增长7.5%。不久前,中国联通和中国电信也先后发布了年报,截至目前,三大电信运营商2021年全年业绩全部出炉。

三巨头业绩再创新高

财报数据显示,中国电信2021年营业收入4396亿元,同比增长11.3%;净利润为259.48亿元,同比增长约24.50%。中国移动2021年营收8482.5亿元,同比增长10.4%;净利润为1159.37亿元,同比增长7.5%。中国联通2021年营收3279亿元,同比增长7.9%;净利润为144亿元,同比增长15%。

三大运营商2021年营收合计约1.6万亿元,净利润约1563亿元,按照一年365天来算,日均约赚4.28亿元。从整体上看,三大运营商的业绩均在去年再创新高。对比三大运营商数据来看,中国移动在营收规模、净利润规模上都遥遥领先,成为三家中的“顶流”。其营收占三家运营商总营收的约52%,其净利润占三家运营商总利润的约74%。

去年,中国移动的数字化转型收入达到1594亿元,同比增长26.3亿元,该新兴业务对通信服务收入增量贡献更是高达59.5%,由此可见,数字化转型也已逐渐成为助力该公司收入增长的驱动力。

此外,中国电信去年产业数字化业务收入高达989亿元,同

或提升库卡国产化率

1898年,库卡成立于德国奥格斯堡,是世界几家顶级为自动化生产行业提供柔性生产系统、机器人、夹具、模具及备件的供应商之一,与ABB、发那科、安川电机并称世界工业机器人制造“四大家族”。

中国是世界上最大、增速最快的机器人市场。据新财富数据,去年中国机器人市场规模预计达到840亿元,其中工业机器人446亿元,占比53%。蓬勃发展的市场引发包括“四大家族”在内的国际机器人企业加快本土化布局,争相在中国建立生产基地。

ABB在上海投建的新工厂,计划在今年一季度投产,服务于亚洲客户,致力于将其打造成全球机器人行业最先进、最具柔性、自动化程度最高的工厂。2018年,库卡顺德园区启动建设,成为广东省智能制造创新示范园的重点项目,今年将继续加快基建和研发的投入计划投入7亿元,完成园区的基建工程和扩大研发新产品开发,并将年产量提升至3万台……

美的私有化库卡也被视为库卡国产化率提升的重要契机。库卡中国CTO李宏伟此前在采访中透露:“库卡供应链的本土化一直是我们的一个核心战略,我们所说的本土化,是指零部件也在国内生产,这样可以保证我们产品的采购交期。目前我们国产化率在80%,我们接下来会继续提升这个比例。”

在2022年胡润全球富豪榜上,80岁的何享健及其家族财富达2250亿元,位列中国第六、全球第35位。

比增长19.4%,增速已保持稳定提升;中国联通去年产业互联网业务收入同比增长28.2%,达到548亿元,其中值得一提的是,“联通云”收入163亿元,大数据收入26亿元,物联网收入60亿元。

5G建设已成主流趋势

据工信部的数据显示,截至去年底,我国累计建成并开通5G基站142.5万个,建成全球最大的5G网络,实现5G覆盖全国所有地级市城区、超过98%的县城城区和80%的乡镇镇区。5G建设是三大运营商近几年的重中之重。

中国移动年报显示,去年5G相关投资为1140亿元,累计开通超73万个5G基站;中国电信年报显示,去年累计完成5G投资350亿元,截至去年12月底,在用5G基站数量超过69万站;此外,中国联通称,继续与中国电信开展合作,开通5G基站31万站,双方累计开通基站69万站。在2022年,三大运营商表示会继续将重点放在5G网络建设上,保持5G相关的资本开支稳定增长。

在5G用户数量及渗透率上,根据三大运营商统计口径,截至去年底,中国5G用户为7.3亿户,保持着快速增长趋势,渗透率也得到进一步的提高。据财报数据显示,去年中国移动5G套餐用户已达3.87亿户,净增2.22亿户,中国电信则达1.88亿户,中国联通约达1.55亿户;其中,中国移动的5G套餐用户渗透率达40%,而中国电信、中国联通的5G套餐用户渗透率则分别高达50.40%和48.90%。

国联安科创50ETF联接基金发行

据悉,国联安上证科创50ETF联接基金于3月28日起正式发行,为投资者布局科创板提供了低成本、高效率的便捷工具。

作为实体经济高质量发展生力军、科技与产业创新的先锋军,科创板公司以其优异的业绩凸显板块成长特性,为国民经济高质量发展增添亮丽色彩。作为目前唯一一只专门跟踪科创50指数的ETF联接基金,国联安科创50ETF联接基金的管理人,指数产品一直是国联安基金的强项。银河证券数据显示,截至2

月28日,国联安半导体ETF成立以来以及2019年-2021年度各年度净值增长率为:133.76%、43.50%、45.83%、24.31%,在结构性行情中凭借过硬的投研实力取得良好业绩。

值得一提的是,伴随A股市场回调,当前科创50估值正处于历史底部,为投资者提供了较好的入场时机。业内人士认为,科技创新是推动中国经济长期发展的最大动力,聚焦中国科技创新的科创50指数长期价值显著,投资者不妨借助国联安科创50ETF联接基金参与中国科技的兴起。(杨广)

良品铺子净利缘何首度下滑

作为“高端零食第一股”,公司却在产品质量上频频翻车

羊城晚报记者 杭莹

近日,良品铺子(603719)发布2021年年报。报告期内,良品铺子实现营收93.24亿元,同比增长18.11%。作为营收近百亿元的零食企业,良品铺子是继三只松鼠后的第二家,但只增收不增利。数据显示,良品铺子去年四季度亏损3371.04万元,这是自2020年2月上市以来,良品铺子出现首度净利润下滑。昨日,良品铺子收报27.15元,相比2020年86.74元的辉煌时刻,市值只剩下彼时的三分之一。

事实上,自2018年开始,良品铺子的净利润增长速度就一直在放缓,2020年营收增长速度大幅下滑。难以杜绝的食品安全问题、疫情之下的线下销售难为、大股东纷纷减持……品不良、轻研发良品铺子路在何方?

A 去年增营收不增利

财报显示,去年良品铺子实现营收93.24亿元,同比增长18.11%,归母净利润2.82亿元,去年四季度营收27.55亿元,亏损3371.04万元。这是自2020年2月上市以来,良品铺子出现首度净利润下滑。

净利润为没有随着营收一起增长?良品铺子解释称,去年,公司积极面对线上经营环境变化、部分原材料价格上涨以及多点散发疫情的持续影响等情况,主动优化调整经营业务策略,进一步拓展传统电商平台市场份额,加大布局社交(直播)电商、社区电商等新兴流量渠道,加大营销推广费用投放,提升全渠道市场占有率。

此外,良品铺子相关人士认为,受线上渠道占比提升等因素影响,去年四季度线上业务毛利率对比同期出现短期下降,也是导致公司净利润对比同期下降的原因。

当然,这不是第一个信号。从近几年的财报来看,良品铺子亟须提振业绩。2018-2020年,良品铺子总营收分别为63.78亿元、77.15亿元、78.94亿元,同比增长率分别为17.58%、20.97%、2.32%,而同期归属净利润分别为2.385亿

元、3.404亿元、3.436亿元,同比增长率分别为520.65%、42.68%、0.95%。

对于良品铺子的增收不增利现象,艾媒咨询分析师认为,休闲食品电商主要通过创新玩法吸引流量关注,从而扩大销售。但随着流量成本越来越高,零售品牌逐渐沦为电商平台上的“打工仔”。比如,良品铺子相关人士表示,近年来受电商销售模式的影响,每年“618”“双十一”“双十二”“年货节”等打折促销期间,休闲食品的销售规模会大幅增加,从而导致公司业绩在年内存在一定波动。尽管公司去年四季度实现营收27.55亿元,占全年营收的29.55%,结果当季却录得3371.04万元的亏损,成了赔本赚吆喝。

中国人民大学高礼研究院副教授王鹏则告诉记者,当企业进行全品类扩张,或是在大范围内的品类扩张,必然会带来盈利能力的相对下降。年报显示,截至去年年末,良品铺子有1555个SKU,有565个产品是去年新上的。对比靠缩减SKU(库存管理单元)来实现增利的同行三只松鼠,良品铺子显然走的是一条截然相反的路。

B 食品安全问题频出

作为“高端零食第一股”,良品铺子却在产品质量上频频翻车。3月15日,有消费者在黑猫上投诉在良品铺子店买的猪肉脯有霉点。无独有偶,同日还有消费者投诉在良品铺子巴旦木中吃出虫子。

良品铺子受到类似食品安全的投诉在黑猫平台上并不少见,“吃出石头”“吃出发霉”等投诉屡见不鲜。记者在各类投诉平台上搜索相关投诉时,良品铺子投诉量出现异物、变质等问题。这并不是

随着消费升级,休闲食品行业曾被寄予厚望。根据中商产业研究院统计,去年中国休闲食品市场规模已突破1.4亿元,近五年复合增长率超过10%。

但开源证券数据显示,2020-2022年期间,休闲食品线上CR3(行业前三总量)基本在15%-30%徘徊。不只是线上,根据东方财富研报,国内休闲食品整体市场集中度呈现缓慢上升的趋势,2012-2020年间,CR5(行业前五总量)从16.50%提升至26.60%,CR10(行业前十总量)从17.30%、CR10(行业前十总量)从26.60%提升至26.90%。

史上规模很大,但行业集中度却不高,背后原因不难理解。

良品铺子存在的单体问题,三只松鼠也曾深陷食品安全漩涡。

记者了解到,“代工+贴牌”是休闲零食品牌的常见模式,但这一模式下的食品安全问题屡见不鲜。中国食品产业分析师朱丹蓬在去年便分析称:“三只松鼠近年来频频陷入舆论风波的根源正在于‘贴牌+代工’的生产模式,其代工厂多是质量管控等方面配置较低的小企业,产品质量堪忧。”

与此同时,资本市场上,去年良品铺子经历了多次股东减持。去年2月26日,良品铺子发布公

C 休闲食品竞争严重

本质上是因为,休闲食品的产品差异不大,导致同质化竞争严重,你方唱罢我登场的局面频出。朱丹蓬分析称:“现在休闲零食市场整体毛利偏低,同质化竞争压力确实存在,但对良品铺子而言,这确实是整个行业都在面对的状况。目前线下商业资源越来越少,租金越来越高,线上获客成本也越来越高。更关键的是,现在成本都在上升,原材料价格也在上升。”

对此,在王鹏看来,企业要牢牢控制自己的产业链上下游,如果无法控制,那成本就会无限上升。“仅仅依靠‘贴牌+代工’的生产模式,没有掌握到核心的竞争

力,带来的就是盈利能力和口碑的大幅下降”。

另外,王鹏表示,要想准确地了解市场,就必须打出差异化。对良品铺子而言,针对不同地域、不同消费能力和年龄段的消费者,包括疫情和非疫情期间的社会需求,都可以进行针对性的产品研发,打造自己的核心竞争力,而不是一味同业复制。

不过,从财报看来,良品铺子似乎并不太重视研发。数据显示,去年良品铺子研发投入总额仅占营业收入的0.43%,研发人员数量占公司总人数的比例为1.45%。而与之对比的是2021年销售费用同比上涨29.83%。



良品铺子线下门店 视觉中国供图