

■ 掘金年报

宁德时代尽显“王者风范”

2023年营收突破4000亿元,拟现金分红220.6亿元创新高

编者按:2023 年年报披露有序进行中。在“以投资者为本”的理念下,一份真实、准确、完整的年报,既能够透视上市公司经营基本面,又能够向投资者呈现行业晴雨表。即日起,上海证券报·中国证券网推出“掘金年报”系列报道,全方位、多维度、立体化解析上市公司年报中的亮点,传递上市公司高质量发展的价值。

◎记者 王玉晴

3月15日晚,宁德时代发布2023年年报:公司实现营业收入4009.17亿元,同比增长22.01%;实现归母净利润441.21亿元,同比增长43.58%。强劲且稳定的盈利能力尽显链主型企业的底气。

好业绩驱动高分红,宁德时代还披露了拟10股派50.28元的分红计划,分红总额高达220.6亿元,创下宁德时代分红新高。该分红计划由年度分红计划、特别分红计划组成,其中特别分红计划是为积极贯彻落实“质量回报双提升”专项行动专门设置。

宁德时代表示,公司2023年业绩增长既得益于行业持续快速增长,也得益于公司竞争优势进一步提升。公司2023年在技术研发、极限制造、供应链管理、客户合作、可持续发展等方面的竞争优势继续凸显,综合竞争力行业领先,公司动力电池和储能电池的全球市场份额连续多年保持第一,实现业务稳健增长,为股东持续创造价值。

近五成净利润回报股东

宁德时代将自身定位为“全球领先的新能源创新科技公司”,2023年主要收入依旧来自动力电池系统、储能电池系统两项业务。其中,动力电池系统营收约2853亿元,占总营收比重约71%;储能电池系统营收约600亿元,占总营收比重约15%。两项业务收入在2023年分别增长约21%、33%。宁德时代其他收入则来自电池材料及回收、电池矿产资源等。

高收入的背后,宁德时代2023年蝉联全球动力、储能电池出货“双料冠军”地位。根据全球电池行业研究咨询机构SNE Research统计,2023年宁德时代动力电池全球使用量市占率达36.8%,连续七年居全球榜首;储能电池全球出货量市占率达40%,连续三年蝉联世界第一。

具体出货数据上,2023年宁德时代实现锂离子电池销量390GWh,同比增长34.95%。

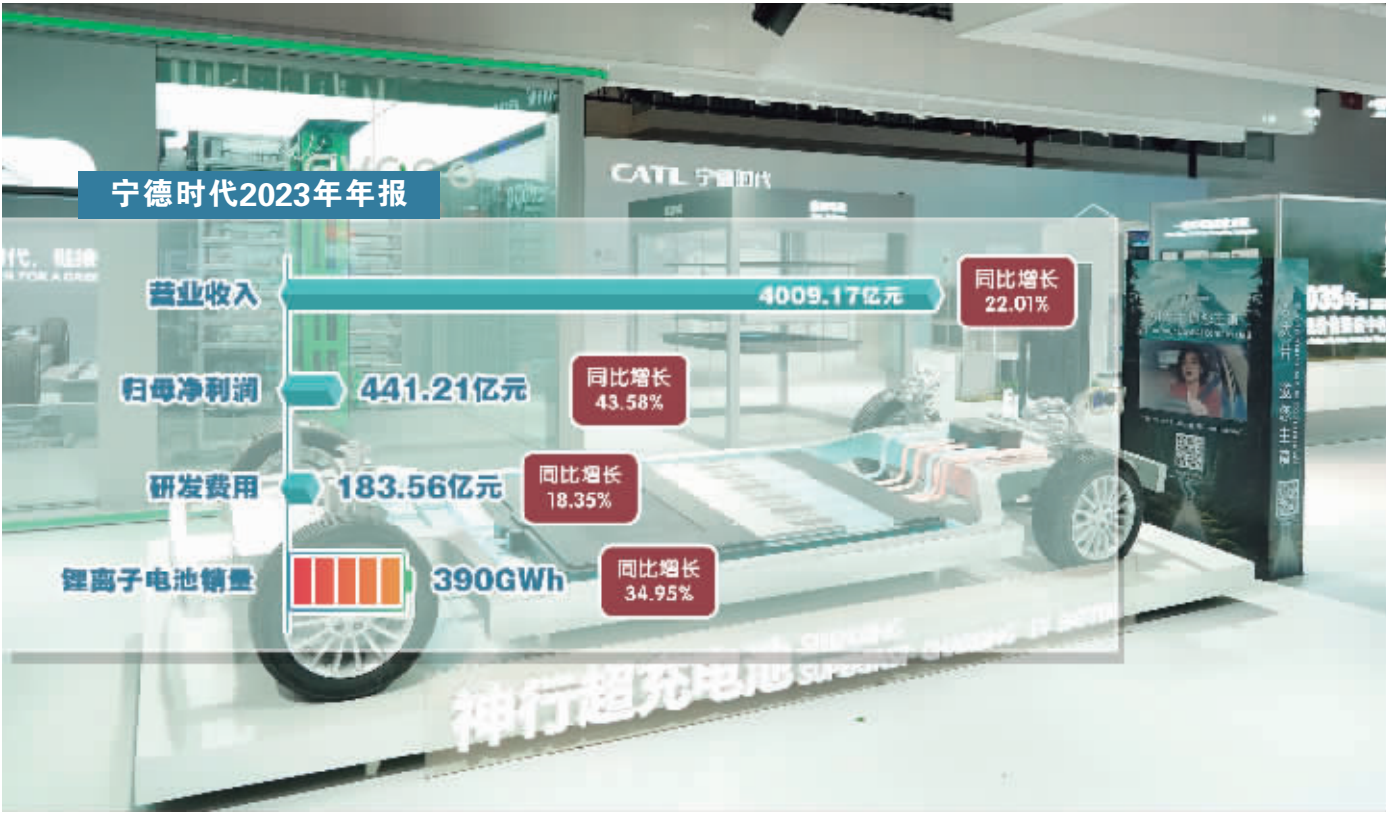
宁德时代同日发布的利润分配预案显示,宁德时代计划以20%年度利润实施年度现金分红,以30%年度利润实施特别现金分红,合计拟派发现金分红高达220.6亿元,占净利润比重约50%。

强研发推动新产品落地

2023年锂电行业竞争持续白热化,技术创新成为关键突破口。年报显示,2023年宁德时代继续在技术方面大举投入,一方面连续推出多项新产品,另一方面通过极限制造降低生产成本。

宁德时代2023年研发费用达183.56亿元,同比增长18.35%;报告期末研发人员数超过2万名;专利数量超1万项,正在申请的专利近2万项。

宁德时代表示,公司研发范围涵盖材料研发、产品研发、工程设计、测试分析、智



能制造、先进装备、信息系统、项目管理、回收利用等各个领域。公司持续加大研发投入,不断完善和升级研发平台。基于对电化学及材料科学的深度理解,公司以强大算力、先进算法、海量数据为基础,采用多物理场、多尺度、多参数的工艺建模仿真,通过数字化、智能化研发手段提升研发效率,开展材料及材料体系创新、系统结构创新、绿色极限制造创新,引领行业技术发展。

宁德时代回顾了2023年推出的主要动力电池新产品,包括发布超快充的神行电池,突破了磷酸铁锂化学性能的边界;发布凝聚态电池,拓宽了动力电池的应用场景,可用于民用载人飞机的电动化;峰值5C快充的麒麟电池与理想合作实现量产,M3P电池在奇瑞与华为合作车型上实现量产,第一代钠离子电池与奇瑞合作实现量产。

记者注意到,宁德时代在年报中特别着重于神行电池。宁德时代在三元锂电池路线上保持主导地位,在磷酸铁锂电池路线上的市占率则尚与三元有一定差距。市场人士认为,神行电池有望成为宁德时代在磷酸铁锂路线上放量的突破口。

海外收入同比增速超70%

2023年中国锂电产业链积极出海,“链主”宁德时代的境外业务也实现突破。年报显示,2023年宁德时代境外收入同比增长超70%;境外收入在营收中的占比达32.67%,相比2022年年报的23.41%大幅提升。

宁德时代表示,2023年公司获得多家海外主流车企新定点,与多家头部企业达成战略合作。同时,得益于前期海外客户定点陆续交付,海外出货量持续提升。根据SNE Research统计,2023年海外动力电池使用量市占率为27.5%,比上年同期提升4.7个百分点;其中欧洲动力电池使用量市占率达35.2%,比上年同期大幅提升6.8个百分点。储能电池领域,宁德时代也在海外斩获多个GWh级别的项目。

宁德时代的海外成绩也是国内电池厂2023年海外“战果”的一个缩影。纵观中国主要动力电池厂商,2023年海外装机增速大多明显超过国内增速,海外板块成为助推企业扩大装机份额的一大增长极。这背后反映出全球电动化转型全面起步,海外电动化转型升温的态势,也显现出中国锂电企业的全球竞争力。

福耀玻璃六成净利用于分红 北向资金去年加仓1.1亿股

◎记者 覃秘

“新的季节孕育着新的希望!”“展望2024年,国内外经济形势虽处高位紧张,但对我们的企业仍然充满信心!”福耀玻璃董事长曹德旺在公司2023年年报中写到。

3月15日晚,福耀玻璃披露2023年年度报告,公司全年实现营业收入331.6亿元,比上年同期增长18.02%;实现利润总额67亿元,比上年同期增长20.38%,实现归属于上市公司股东的净利润56.3亿元,比上年同期增长18.37%;实现每股收益2.16元,比上年同期增长18.68%。

“优秀的公司,用数字说话,用成绩说话!”长江证券相关研究员对上海证券报记者表示。据查询,最近4年(2020年至2023年),福耀玻璃的营业收入从199亿元增长到331.6亿元,归属于上市公司股东的净利润从26亿元增长到56.3亿元。

福耀玻璃同时披露,公司2023年度利润分配方案为:拟向全体股东(包括A股股东和H股股东)每股分配现金股利1.30元(含税),共派发股利33.9亿元,约占归属于母公司净利润的60%。

据查询,上市以来,福耀玻璃累计派息(A+H)300.42亿元(包含2023年拟派现)。

今年1月底,福耀玻璃宣布拟出资在合肥设立3家全资子公司,总投资57.5亿元,进一步扩大公司的生产和销售规模,满足汽车市场对汽车安全玻璃、汽车配件玻璃不断增长的需求。2023年12月底,福耀玻璃披露拟于福建省福清市设立全资子公司,投资32.5亿元用于建设汽车安全玻璃项目。

在董事长致辞中,曹德旺提到信心来源于四方面:一是全体员工几十

年如一日的拼搏努力,为公司打下了坚实基础;二是新科学、新技术,为公司高质量发展插上翅膀;三是展望2024年,虽遇全球经济调整,给许多企业带来威胁,但对做足准备、稳健、扎实的福耀而言,公司却有足够的发展余地;四是满足市场发展需求,公司董事局做出福建福清、安徽合肥合计投资90亿元的决定,为公司未来增长奠定基础。

雄厚家底是“坚实基础”的一部分。截至2023年底,福耀玻璃货币资金余额为185.2亿元(合并资产负债表)。

投资是因为找到了新的市场机会。福耀玻璃表示,汽车“新四化”(电动化、网联化、智能化、共享化)的发展,使得越来越多的新技术集成到汽车玻璃中,对汽车玻璃提出新的要求,同时也为汽车玻璃行业的发展提供了新的机遇,推动汽车玻璃朝着“安全舒适、节能环保、美观时尚、智能集成”方向发展,智能全景天幕玻璃、可调光玻璃、抬头显示玻璃、超隔热玻璃等高附加值产品占比在不断提升。公司在行业中的领先地位,为公司汽车玻璃销售带来结构性机会。

此外,还有新技术的应用。福耀玻璃提到,将积极探索人工智能技术在玻璃研发、制造、质量领域的应用场景,推动数字化转型和智能化升级。通过人工智能技术的应用,提高研发与生产效率、降低成本、提升产品质量和服务水平。

福耀玻璃年报还显示,在过去的一年里,北向资金一直在持续加仓。至2023年年底,香港中央结算有限公司持有福耀玻璃4.54亿股,占公司总股本的17.39%,较2022年年底增加了1.1亿股。查询发现,2023年一季度末、二季度末和三季度末,香港中央结算有限公司的持股量分别是3.558亿股、3.565亿股和4.1亿股。

AWE2024 传递家电市场新趋势

◎记者 温婷

一边合纵连横拥抱Z世代,在竞争日益激烈的国内家电市场追求可持续增长,一边加速出海,以智能化创新和全产业链优势抢占更广泛的市场空间,正在成为中国家电龙头的共同选择。

2024年中国家电及消费电子博览会(Appliance & Electronics World Expo,简称“AWE2024”)进行到第二天,展会上的年轻人和直播设备渐渐多了起来,不少厂商甚至将直播间直接开到展厅来。消费渠道和场景的变化意味着,如何激发年轻人的消费热情,已经成为家电厂商迫切需要解决的新课题。

合纵连横拥抱Z世代

线上线下各出奇招,积极联动成为大势所趋。上海证券报记者在展会现场看到,京东不仅携手海尔、三星、美的等十大国内外知名品牌首发多款家电新品,还将采购直播间搬到展馆现场,并首次尝试使用数字人接力闲时担任主播。天猫上线了“云逛展AWE”,集合海信全球首款可折叠激光电视、TopSleep零重力娱乐智能床、凯迪仕挥掌即开智能锁,专吸宠物浮毛的霍尼韦尔空气净化器,躺着也能吹头的立式吹风机等众多科技新品,消费者在淘宝App搜索“串门发现新世界”即可选购同款,还可直播看展。

B站、小红书、知乎等社区平台也进驻展会。知乎与AWE发起线上、线下深度合作,联合发起“AWE探索完全指南”系列活动,邀请20位数码、家电、科技等领域优秀答主组成“知乎探索团”。

海信宣布成为2024年KPL王者荣耀职业联赛官方合作伙伴,并与重庆狼队王者荣耀分部达成战略合作,着力打造更懂年轻人的品牌调性。

一位家电厂商负责人告诉记者,目前线上流量红利已经基本到顶,但线下门店的客流却开始回归,特别是一些年轻消费者,会通过内容社区平台先进行产品调研,再到门店去选购。为应对新趋势,该品牌计划2024年将重点加大与小红书、抖音、B站、知乎等内容社区的合作,甚至考虑鼓励每一个线下门店开一个直播账号,培养一批独具地方门店特色的专业导购“达人”,用社区电商的理念来经营年轻用户,培养起Z世代对于品牌的认知和黏性。

家电龙头加速出海

海信集团总裁于芝涛3月15日透露,面对国内外诸多不确定因素,2023年海信集团营收首次突破2000亿元,同比增长9%;海外收入858亿元,同比增长13%。黑白电业务市场份额进一步扩大,海信电视全球出货量蝉联世界第二,在全球前五大品牌中连续两年增长最快。

一批家电龙头正在加速出海。2022年年报显示,格力产品已销往190多个国家和地区,海外业务实现营业收入232.7亿元。其中,自主品牌销售额占比57%,销售额同比增长近20%,中东、欧洲、东南亚等市场收入实现持续稳定增长。2022年,海尔智家海外收入更是首次超过国内收入。

市场研究公司GfK最新发布的《海外家电市场及零售渠道分析》报告显示,以大家电九大品类为例,根据GfK全球大家电市场(不含北美)零售监测数据显示,海外市场(不包括北美、中国、韩国、日本)中国品牌的份额呈现持续增长态势。2023年中国品牌零售额份额已经达到5.7%,超过了日系品牌的份额;2023年全年中国品牌零售额同比增长了12%。

GfK中国区董事总经理卢岩在接受记者采访时表示,近年来,中国家电企业跨区域市场的产业布局逐步向纵深发展。在一些细分赛道,我国智能化新兴品牌崭露头角,走进海外市场的同时不断推陈出新,引领智能发展的新趋势,其中包括近年来备受关注的扫地机器人和洗地机产品。根据GfK全球(不含北美)监测数据,2023年新兴品类的海外市场份额约占8%。

但她同时提醒,不同品类、不同市场定位的国内自主品牌出海是需要差异化运营的。“国内家电企业过去主要以高性价比产品进入海外中低端市场,而现在正越来越多地依靠技术研发驱动进军中高端市场,提高综合竞争能力。这些生产制造能力强、技术储备完善、品牌矩阵丰富,以及海外组织管理能力强且资金充沛的企业,应当在强化跨区域生产制造的同时,着重海外本地化的运营,深入了解当地的政策法规环境,规避合规风险,并通过提升全产业链的数智化进程加速不同市场的产业布局。”卢岩表示,一些中小家电企业借助电商平台出海也是一个有利的渠道布局,可以根据当地市场反馈快速调整,不排除能跑出一批“小而美”的新型家用及消费电子品牌的可能。

“品牌引领是成为世界一流企业的必然选择。做品牌非常艰苦,需要长期的坚持,需要真金白银的大量投入,但我们坚信品牌的价值”,并立下做世界一流企业、一流品牌的梦想。”在3月15日的2024年全球客户大会上,于芝涛宣布海信品牌焕新升级战略,正式将海信的品牌形象在长期发展沉淀形成的信赖、务实的基础上,升级到“人本科技”和“至臻品质”,海信还将2024欧洲杯营销主题全面焕新为——“信,就是冠军”,落地系列营销活动加速品牌升级。顶级赛事带来超高品牌曝光机会和全球营销活动的落地,将有效助力海信全球化拓展。于芝涛表示,未来,海信将坚持以用户为中心,通过“人本科技”和“至臻品质”,在全球市场与更多用户加强链接,提供超越期待的全场景生活体验。

车路城融合发展释放产业新机遇

◎记者 孙小程

近年来,我国通过“国家车联网先导区”“智慧城市基础设施与智能网联汽车”等试点任务的推动,已形成比较完善的车路城协同生态体系,且已经从概念和试验阶段逐步迈入应用拓展和商业落地新阶段。当前,应当如何规划车路城融合发展模式及路径?3月15日,在中国电动汽车百人会论坛(2024)上,各界围绕上述问题展开深入探讨。

中国电动汽车百人会副理事长兼秘书长张永伟在车路城融合发展论坛上表示,智能网联时代的核心是车、路、网络、算力、城市等多要素的协同,要建立互联互通的标准体系,打造专业运营商、建立可持续发展新模式,构建集监管服务于一体的智能网联综合平台,形成一套科学的道路基础设施建设方案。

技术赋能车路城协同

“电动化的成功经验非常有必要在智能

网联时代加以应用。”张永伟表示,智能化有单打独斗的模式,即“以车为主”。而我国有智能网联优势,特别是有网络基础设施、北斗通信和路侧基础设施,路上挂满感知设备,这三大利器是发展智能网联的核心支撑。

2022年底的ChatGPT和2024年初的Sora,让全球印象深刻。在推进车路城协同上,人工智能有何妙用?中国工程院院士郭贺铨认为,不论ChatGPT还是Sora,都是基础大模型,即语言视频大模型。落到应用层,需要行业大模型,即智能交通大模型。

举例而言,在发展车路城协同的过程中,人工智能可以解决道路数据采集的难题。“有人说自动驾驶的商业化落地要有百亿公里的路测数据,相当于100辆汽车每天不停地跑100年,这根本做不到。现在怎么办?利用人工智能,我们可以把白天测试的场景,通过迁移学习变成晚上的场景,甚至可以仿真日常司机的不规范行为,包括一些危险的场景,这样可以获得解决真正

的路测不可能覆盖‘长尾场景’问题。”郭贺铨说。

郭贺铨总结道,当前生成式语言大模型和视频大模型的技术突破,为人工智能成为物理世界的引擎拉开了序幕,将进一步增强单车智能和云路智能。车联网将成为承载新质生产力的产业,当前需要建立全国统一的车联网投资与运营主体,探讨商业模式,促进法规建设,凝聚产业链相关方力量,完善车联网发展生态。

智能网联领域政策暖风不断

近日,工业和信息化部等五部门联合发布《关于开展智能网联汽车“车路云一体化”应用试点工作的通知》,宣布2024年至2026年进行智能网联汽车试点,计划建设统一标准、安全可靠的城市级应用试点,推动智能路侧设施、云控平台建设及车载终端提升。

住房和城乡建设部城市建设司副司长杨宏毅表示,汽车产业正在加速向电动化、网联

化、智能化转型升级,成为我国新型城镇化进程中的重要组成部分。城市和汽车融合发展进入了新的阶段:一方面,汽车需要城市提供感知、网络、通信、能源等各方面支撑,汽车产业的智能化发展会带动城市数字基础设施的建设;另一方面,智能网联汽车也能成为智慧城市建设的移动终端,在服务城市交通治理,开展城市安防巡检等方面发挥重要作用。

“下一步我们将加强相关标准研究工作,制定相关建设标准,与工业和信息化部及相关部门一起,推动智能网联汽车准入与上路通行试点,车路云一体化应用试点等工作,继续探索双智协同发展的新模式。”杨宏毅说。

交通运输部科技司副司长林强进一步表示,交通运输部会同工业和信息化部、公安部、住房和城乡建设部等开展了智能网联汽车准入和上路通行试点,下一步就车路云一体化试点开展工作,进一步扩大试点规模、拓展试点场景。