

海信家电2023年报:归母净利润大增97.7%

■青岛财经日报/首页新闻记者 尹为鉴 李倚慰

3月29日晚,海信家电发布2023年年度报告。报告显示,2023年度公司实现营业收入856.0亿元,同比增长15.5%;归母净利润28.4亿元,同比大增97.7%;扣非归母净利润23.6亿元,同比高增160.1%,向全体股东每10股派发现金红利10.13元(含税),同比增长95.9%,体现了对股东的长期承诺和回报。

2023年,海信家电聚焦长期能力建设,坚持高质量发展道路,洞察用户需求、创新产品技术、打造智慧场景解决方案,持续推进公司治理、顶层设计等各项变革工作,增强公司内生发展动力,实现营收、利润双增长,业绩行业领跑。

业绩全线增长 打开未来成长空间

随着国内家电行业复苏和家电产业结构调整深化,海信家电敏锐洞察市场趋势,精准定位用户需求和差异化产品需求,多点布局,2023年实现冰洗空厨全线爆发。

年报显示,2023年,中央空调收入同比增长9.3%,多联机市场份额达到20%以上,保持着行业领先地位。

海信家用空调业务拥有以新风为主线的海信品牌以及科龙互联网空调品牌,具体来看,根据奥维云网(AVC)全渠道推总数据,2023年海信家用空调线上和线下零售额分别同比增长41.4%和14.3%,分别高于行业增幅26个点和10个点。

借势顶级赛事 拓展全球品牌影响力

着眼全球市场,海信家电加速海外自有品牌影响力,深化本地化建设,推进研产销协同,2023年海外业务实现收入279.2亿元,同比增长12.3%。东盟区整体收入同比增长超过20%,其中自有品牌业务同比增长超过70%。

根据IHS统计数据,2023年新能源汽车发展强劲,产量达到约2135万台,同比增长超过35.1%。随着汽车行业电动化、智能化、网联化、共享化的持续发展,电池热安全、电机电控的温控管理等领域将迎来巨大的发展空间。

海信家电积极拓展新增长点,推进三电公

用户驱动场景化升级 高价值回报投资者

当前,家电行业正从单一产品向智能化、套系化、场景化、家居化解决方案转变。“用户+场景”正驱动家电企业不断创新,促进家电行业整体升级。海信家电以用户为中心,以场景为驱动,赢得越来越多消费者的信赖和企业荣誉。

2023年,容声605WILL无边界冰箱荣获艾普兰优秀产品奖,刷新了家电美学体验、智能体验、家居体验的新认知;海信空调斩获“2023中国冷暖智造”品牌、产品双项大奖;海信洗衣机凭借活水洗科技3.0在2023年中国家庭洗衣及烘护行业高峰论坛上荣获“智慧引领品牌”奖……

得益于场景方案的不断升级、家电智能化水平的大幅提升,2023年海信爱家APP用户数同比提升54%,家电月活用户数同比提升58%,家电智能化体验NPS同比提升8%,国内智能家

冰箱业务不断优化并提升用户家庭场景化体验,收入同比增长18.7%。根据奥维云网全渠道推总数据,全年零售额同比增长17.8%,市占率提升1.6个百分点。

海信洗衣机凭借首创的活水洗科技以及时尚高颜值,不断创新洗护科技与产品体验,2023年收入同比增长53.6%。

厨电业务将家电设计与家居美学融为一体,实现厨房全流程烹饪联动,2023年厨电收入同比增长66%。

随着我国新一轮家电以旧换新政策的大力扶持,将进一步推动家电市场消费需求的释放,有助于海信家电继续保持稳健增长。

司逐步转型成为新能源汽车综合热管理系统供应商。报告期内,三电公司深化全球客户发展战略,签单总额同比增长43%。中国区热管理系统核心配件业务签单总额同比增长242%,为未来大规模深化全球协同业务发展打下了坚实基础。

在加速海外业务的同时,海信家电通过体育营销扩大自身品牌海外影响力。目前,海信已正式成为2024年德国欧洲杯全球官方合作伙伴,这一顶级赛事带来的超高品牌曝光度,将助推海信进一步提升全球范围内的品牌知名度和影响力。

电产品销量增长超过40%。

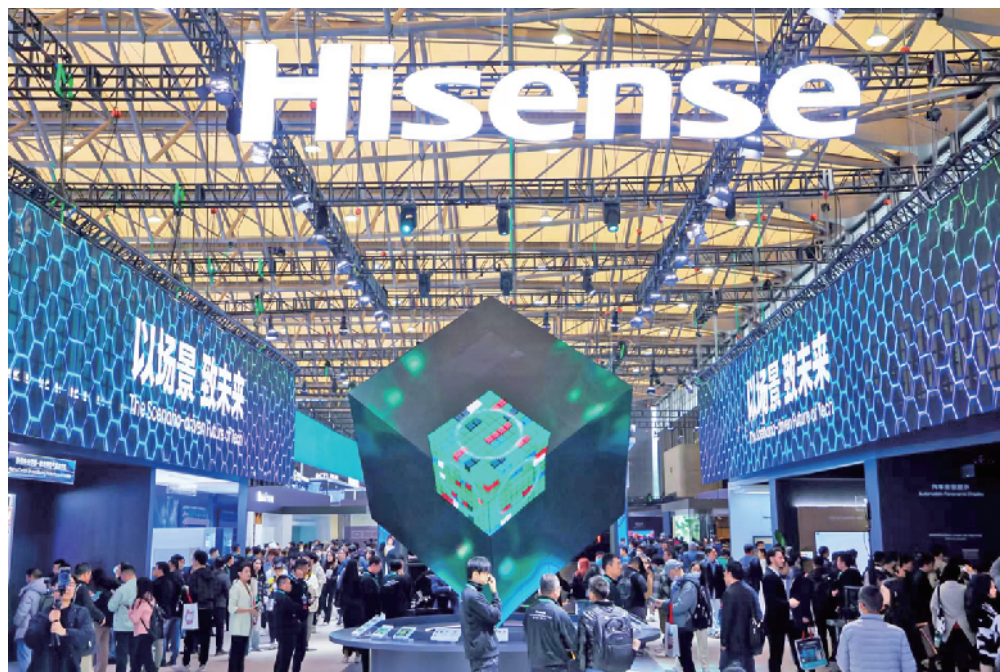
另一方面,海信家电业绩获得资本市场广泛认可,2023年海信家电股价A股涨幅达到58.24%,H股涨幅达到101.75%。作为市场表现优异的上市公司,海信家电长期业绩稳定增长的同时,注重股东回报,近十年来,公司已累计向中小股东分红约36亿元。2023年,伴随公司业绩高速增长,董事会提议维持高分红比例不变,分红总金额持续提升,彰显了对股东利益的尊重和保障。同时,海信家电还积极回购股份,2023年内累计回购2.1亿元,进一步增强了股东的投资信心。

展望未来,海信家电将坚持长期主义、深化全球战略、完善激励体系、优化公司治理水平,通过科技创新、提升研发效率和质量、聚焦用户需求、赋能智慧生活终端,全面推进企业高质量发展。

营收利润保持两位数增长 海外营收占比持续提升

海信视像2023年业绩创历史新高

■青岛财经日报/首页新闻记者 尹为鉴 李倚慰



海信视像是全球TOP5电视品牌中唯一连续6年持续增长的企业。

3月29日晚,海信视像发布2023年度业绩报告。报告期内,公司实现营收536.15亿元,同比增长17.22%;归母净利润20.96亿元,同比增长24.82%。在营收、利润均保持两位数增长的同时,海信视像业绩创历史新高,且利润增速高于营收增速。继2022年实现50%的现金分红比例后,公司拟每10股派发现金红利0.8053元(含税),若按总股本测算,共计分配10.51亿元,现金分红比例为50.16%。

2023年,公司控股了LED芯片企业——乾照光电,将Mini LED及Micro LED产业布局延伸至最前端的芯片领域。乾照光电在由公司控股后首个年度即扭亏为盈。

销量数据彰显海信视像全球地位持续稳固。2023年,公司智慧显示终端销量为2654万台,同比增加5.21%。据奥维睿沃数据,海信系电视2023年全球出货量市占率为13.23%,同比提升1.17个百分点,蝉联全球第二,成为全球TOP5电视品牌中唯一连续6年持续增长的企业,发展韧性持续增强。

优于行业的增长有赖于对行业趋势的判断。报告期内,全球市场大屏化、高端化趋势显著,海信视像以ULED X和ULED电视以及激光电视为驱动,坚持“百吋领航”市场策略,推动行业向高端化和大屏化升级。

2023年,海信牌ULED X及ULED电视销量157万台,同比增长54%;销售额同比增长66%,已成为公司推进高端化进程的利器。据奥维云网数据,在中国内地电视市场,海信牌品牌价格指数为128,同比提升1个指数;在中国内地线下高端电视市场,海信系零售额市占率为35.91%,同比提升4.83个百分点,蝉联第一。

公司激光显示业务实现了形态和性能的全面突破,引领、拉动全球激光显示行业发展。报告期内,公司发布了全球首款8K激光电视、全球首款可折叠激光电视等首创新性产品,让激光电视成为百英寸大屏电视的首选。据Omdia数据,海信激光电视2023年全球出货量市占率为49.49%,稳居世界第一。同时,公司持续在车载激光显示方面进行技术布局,完成全球首款激光全息AR-HUD样机和车内全场景激光投影显示样机开发,并在2024年CES上予以展出,彰显出全色激光的显示优势。

公司在大屏电视市场以“百吋领航”的姿态,占据行业领导地位。根据奥维睿沃数据,在全球100英寸及以上电视市场,海信系出货量市占率为44.75%,高居全球第一。另根据奥维云网统计,在中国内地100英寸及以上电视市场,海信系零售量市占率为61.64%,以绝对优势高居中国内地第一。

报告期内,公司坚持“自主品牌出海”及“高端出海”,致力于以国际化品牌为引领,持续提升海外长期发展能力。2023年,公司海外营收247.47亿元,同比增长20.45%,海外营收占比进一步提高,达51.14%。2019—2023年间,公司海外营收年度复合增长率14.82%,全球竞争力日益增强。

借助当地运营的研发和制造中心的支撑,北美和欧洲成为海外智慧显示终端收入第一和第二大增量市场,同比均实现较高双位数增长。同时,海信系电视实现不同区域的主流市场引领,零售量在日本、南非蝉联第一,在澳大利亚、加拿大、墨西哥位居第二,在德国、英国、意大利、马来西亚位居第三。

营收突破2100亿元,潍柴动力20年高增长的“四大逻辑”

3月26日,“潍柴动力上市20年改革创新成果学术研讨会”在潍坊召开,此前一天的晚上,潍柴动力发布了2023年年报,去年实现营业收入2139.6亿元,同比增长22.2%;归属于母公司股东的净利润90.1亿元,同比增长83.8%,再创佳绩。

记者了解到,2004年3月11日,潍柴动力在香港上市,成为中国内燃机行业第一家在香港上市的企业。20年间,潍柴动力营业收入从2004年的62亿元,增长到2023年的2140亿元,增长33倍,累计实现收入1.87万亿元;归母净利润从2004年的5.4亿元增长到2023年的90.1亿元,增长16倍,累计创造归母净利润936亿元;总市值超过1400亿元,较上市之初增长30倍,最高市值较上市之初增长超40倍。

潍柴动力取得如此骄人的成绩,原因到底为何?

改革持续有效

“潍柴当年也曾非常困难,具有传统国有企业的一切弊端、包袱和难处,经过这几十年改革发展到今天的状态,可以说是国有企业改革一个非常成功的样本。”国务院国资委原党委副书记、副主任,第十二届全国人大财政经济委员会副主任委员邵宁在研讨会上表示,“我感觉潍柴成功的核心因素,一是持续有效的改革,二是企业家的作用。”

邵宁表示,潍柴改革走的是中国国有企业改革标准的路径,主要是三件事情。第一,企业内部三项制度改革;第二,分离消化各种负担、非主业;第三,推进公众公司改革。“大家基本上都是这样走的,但是潍柴做得非常彻底,表现出非常强的执行力。”他说。

2023年年报显示,潍柴动力成功构筑起了动力系统、商用车、农业装备、智慧物流等产业板块协同发展的新格局,主要产品包括全系列发动机、变速箱、车桥、液压产品、重型汽车、叉车、供应链解决方案、燃料电池系统及零部件、农业装备、汽车电子及零部件等,2023年仅发动机就销售73.6万台、同比增长28%;销售重卡11.6万辆,同比增长45%;海外控股子公司德国凯傲集团实现收入114.3亿欧元,创历史新高,其中,叉车业务实现收入84.8亿欧元,以德马泰克为代表的供应链解决方案业务实现收入30亿欧元。

“潍柴从一个地处三线城市的地方国有企业,之所以成为我国乃至全球装备制造业的龙头企业 and 明星企业,之所以成为我国工业战线上的一面旗帜,其成功的因素主要有四点。”前海股权投资基金首席执行官、前海方舟资产管理有限公司董事长靳海涛主持了对1000多家企业的投资,其中260家在资本市场实现IPO上市,他认为潍柴动力的成功,在于企业建立并维护了混合所有制的企业制度,持续实施市场化、国际化运营,在于坚持走科技创新和企业生态创新的道路,在于有效利用资本市场面向全球成功开展了一系列产业并购活动。

“有一个以谭旭光为首的优秀经营团队,既高瞻远瞩又脚踏实地拼搏奋斗,我认为这是最重要的因素。”靳海涛说。

“四大发展逻辑”

“‘产品经营+资本运营’双轮驱动,是潍柴动

力做强做大的产业腾飞逻辑。”潍柴动力董事长谭旭光在研讨会上表示,产品经营是企业立身之本,没有好的产品,一切都是零;资本运营是企业实现产业快速扩张,放大竞争优势的有力武器。而“老老实实种好自己的‘田’,是潍柴动力屹立不倒的长期战略逻辑”。

记者了解到,20年前,谭旭光就清醒地认识到,单一的发动机企业很难独立生存。为此他推动了一系列并购,从以10.2338亿元一举拿下湘火炬,平行整合潍柴动力发动机、法士特变速箱、汉德车桥,全球首创黄金动力总成一体化模式,到把法国博杜安、意大利法拉帝、德国凯傲和林德液压、美国德马泰克、PSI等11家全球高科技企业先后纳入潍柴大家庭,补齐了我国在大缸径高功率密度发动机、高端液压、CVT动力总成、燃料电池等领域的技术短板,再到逆向整合陕汽重卡、雷沃农业装备、雷沃工程机械等产业资源,构建起了全球绝无仅有的同心辐射产业生态圈,资本运作功不可没。

难能可贵的是,潍柴动力所有的并购和扩张,都坚持非主营业务不做、低附加值产品不做、重复性规模扩张不做的原则,最终将发动机做到了世界第一。

据年报披露,潍柴动力2023年度研发费用为80.45亿元,2022年度也高达77.31亿元,研发支出始终居高不下,对应的正是潍柴动力永争第一的全球竞争逻辑——拥有别人拿不走的关键核心技术。

记者注意到,潍柴动力在2020年柴油机本

体热效率突破50.23%、2022年1月突破51.09%的基础上,2022年11月发布本体热效率52.28%柴油机,连续三次走在世界行业前列;建成国内唯一的内燃机与动力系统全国重点实验室、国家燃料电池技术创新中心、国家商用汽车动力系统总成工程技术研究中心、国家内燃机产业计量测试中心等创新平台,并不吝于给科研人员重奖。

科技成果也转化为产品的市场竞争力。据了解,潍柴动力重磅推出的全新一代H/T平台系列产品,强势领跑大马力发动机市场。2023年年报显示,潍柴动力500马力以上6×4牵引车发动机市占率35.9%,同比提升21.1个百分点;大马力天然气发动机供不应求,市占率65%;M系列大缸径高功率密度发动机在全球数据工程中心高端市场,实现历史性突破。

“大集团大协同,是潍柴动力价值倍增的链合共赢逻辑。”谭旭光表示,潍柴最大的优势,就是拥有一支战略高度一致、资源高效协同、价值充分共享的航母战斗群,构建起了潍柴动力系统、陕汽重卡、雷沃智慧农业、雷沃工程机械、德国凯傲智慧物流、意大利法拉帝游艇等业务协同发展的产业格局。全球化的体系整合,释放出了“1+1>N”的巨大协同效应。

潍柴动力在年报中透露,公司2024年预计销售收入约2247亿至2354亿元人民币,比2023年整体增长约5%—10%。谭旭光则表示,明天的潍柴,值得期待、值得追随。

据《经济导报》段海涛/文