



市值暴增 长虹迎来“小阳春”?

本报记者 卢梦琪

11月21日A股收盘,四川长虹(以下简称“长虹”)微跌0.64%,市值288亿元,尽管与三周前的高点相比回落不少,但相比去年11月约128亿元的市值,已经暴涨了150%。这家前三季度营收不过700亿元的老牌家电企业,给人一种“老树发新芽”的感觉。记者在采访时了解到,在长虹市值暴增的背后似乎有几股力量在推动,有资本市场的概念炒作,有公司业绩实实在在的支撑,也有换帅后大家对公司愿景的乐观期待。作为中国家电市场早期的“彩电大王”,相比海尔、美的、TCL等其他家电企业过千亿元的市值,长虹还远没有踏上康庄大道。面对这波凌厉的上涨,长虹适逢“小阳春”还是大反转的前夜呢?

长虹的“小阳春”

“彩电企业”一直是长虹最显著的标签,长虹的市值也长期稳定在130亿元左右。尽管近年来长虹的多元化布局及B端业务都在进行中,但市值始终未见明显增长。今年3月,长虹的市值开始“起跑”,从140亿元一路攀升,当月末以217亿元收官,并在10月下旬一度突破300亿元。

今年的市值上涨,是对长虹业绩改善的肯定。艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅向记者表示,长虹市值持续走高确实罕见,首要原因是业绩持续好转,不仅是营收和利润,还包括财务数据的表现。

长虹财报显示,2022年实现扣非归母净利润达3.3亿元,同比增长30%。今年第一季度,公司实现营业收入达229.4亿元,同比增长

14.2%;扣非归母净利润达0.9亿元,同比增长149%。今年上半年,营业收入实现466亿元,同比增长6.1%,扣非归母净利润实现1.4亿元,同比增长681%。今年前三季度,营收实现701亿元,同比增长4.4%,归母净利润实现4.8亿元,同比增加112%。

深圳中为智研咨询有限公司研究员刘凯在接受《中国电子报》记者采访时表示,从近期数据来看,长虹净利润可以用“暴增”来形容,加之市场对于长虹未来发展业绩持乐观态度,因此估值增长是必然。

记者了解到,2022年长虹整体毛利率为11.6%,同比增长1.7%,其中四个季度毛利率分别为9.7%、10.3%、10.8%、15.1%,呈逐渐上升之

势。今年上半年,长虹的综合毛利率为11.04%,同比提升10.12%。费用管控逐渐高效,销售、管理、研发、财务费用率分别同比持平、降低0.1%、增长0.2%和降低0.2%。

长虹2023年半年度财报指出:“得益于整体收入增长以及产品结构持续优化、管理效率提升等方面工作,集团盈利能力增强。报告期内大宗原材料价格同比下降对本集团盈利产生正面影响。”

东方财富Choice数据显示,长虹是今年年内涨幅第二高的家电股,涨幅达137.94%。今年整体业绩改善奠定了长虹市值增长的基本盘,而7月出现的市值增长小高潮不排除与高层换届有关,毕竟新领导班子给予市场新的想象

今年长虹的市值开始“起跑”,从140亿元一路攀升,10月下旬一度突破300亿元。

空间。

长虹集彩电、算力概念于一身,今年以来的市值增长意味着市场对于企业盈利能力和未来前景的认可。三年来,长虹的营收保持在900亿元规模,一直未突破千亿元大关。今年前三季度,长虹实现701亿元的营收,同期美的、海尔、格力的营收分别为2923亿元、1986亿元和1558亿元。从净利润来看,长虹前三季度实现4.8亿元,美的、海尔、格力则分别达到了282亿元、132亿元和195亿元,相差甚远。

在外界看来,利润率低成为“千亿级”长虹发展面临的最大难题之一。面对激烈的市场竞争,长虹还需要拿出“哀兵”的姿态。

今年长虹的市值增长十分迅猛,但是还远未达到其巅峰时期的水平。

并未重返巅峰

近年来,长虹的C端和B端业务并行,相继进入航空电源系统、精益制造、物流服务等多领域。业内人士指出,长虹的市值增长也得益于其坚定实施面向物联网的数字化转型战略,且数字化转型开始进入收获期。

长虹相关负责人在11月16日投资者关系活动中指出,公司围绕智慧家庭、工业互联网、特定应用领域系统解决方案等业务方向,加大力度整合资源,深化面向物联网的数字化转型战略。

长虹总经理李伟在今年10月投资者关系活动中表示,长虹推进“5G+工业互联网”智慧工厂建设,推

进长虹CHiM工业互联网平台在公司主要工业园区应用,聚焦商业库存周转优化、生产制造效率提升、供应链资源整合、大规模柔性生产等场景,实现综合运营效率提升。

记者查阅长虹今年上半年财报发现,目前“ICT产品及服务”对长虹营收贡献最高,占比达到33%;排名第二的是白电业务,占比达到28.1%;曾经的“王牌”彩电业务,收入占比仅为13%;冰箱压缩机等通用设备制造业务则贡献10.7%。

据悉,长虹的ICT产品及服务主要依托长虹佳华在云计算、大数据、人工智能、数实融合、网络安全

等多个前沿领域深耕,在虚拟现实、沉浸交互、时空生成、内容生态以及通用技术等方向搭建多元化产品矩阵,今年上半年实现收入约152.37亿元。

长虹美菱构建起冰箱、空调、洗衣机、厨卫小家电等较为全面的白电产品线。长虹美菱第三季度财报显示,长虹美菱实现营收191.68亿元,同比增长24.66%;归母净利润达4.99亿元,同比增长207.5%。奥维云网推总数据显示,今年上半年,长虹冰箱(柜)业务线上零售量份额占比约4.7%,在行业中排名第四。

在通用设备制造业务中,长虹

华意深耕冰箱压缩机和新能源空调压缩机业务。第三季度财报显示,长虹华意实现营收107.26亿元,同比增长8.19%,归母净利润达2.75亿元,同比增长89.86%。长虹华意冰箱压缩机市场占有率稳居全球第一,欧洲市场占有率超40%。

20世纪90年代,长虹在国内彩电市场的占有率曾超过30%,是名副其实的“彩电大王”。如今长虹彩电业务在集团的营收贡献率仅为13%。根据奥维云网推总数据,今年上半年长虹彩电全渠道零售量市场占有率为7.1%,在国内排名第五,出口规模保持行业前三。

长虹布局的产业众多,但主业不突出,主业的地位也逐步下滑,盈利能力偏弱。

主业仍不突出

进入今年10月,长虹股价迎来了一波涨停,业内人士将其归因于大众对华为概念股的关注度提升。

据悉,长虹旗下公司长虹佳华与华为一直保持着良好的合作关系。长虹的控股股东四川长虹电子控股集团有限公司(以下简称“长虹控股集团”)间接持有“华为生态链企业”华鲲振宇2.42%的股权。不过长虹在10月16日晚间发布公告称,公司不存在应披露而未披露的重大信息。

在上二代“掌门人”赵勇的带领下,长虹控股集团在B端和C端双管齐下,业务版图除了电视、冰箱、空调、洗衣机等为代表的家用电器业务,在智能制造、能源、工业互联网等方面也具备一定竞争力。截至目前,长虹系已有四川长虹、长虹美

菱、长虹华意、长虹佳华等7家上市公司,以及3家新三板挂牌公司。不难看出,长虹布局的产业众多,但主业不突出,主业的地位也逐步下滑,盈利能力偏弱。

11月20日,长虹发布全球首个智慧家电AI平台——云帆,这是继“长虹超脑”电视之后,长虹在AI智慧家庭领域的一大重要进展。据悉,长虹也将星闪技术(新一代无线短距通信技术)首次应用于家电。长虹控股集团全面布局星闪芯片、星闪模组、星闪终端及系统方案等,构建了中国家电业首个端到端星闪全产业链。刘凯表示:“长虹作为技术型企业,具有一定的技术开发创新与整合能力,可以形成完整的技术解决方案。”

GfK中怡康白电事业部总经理

王宏吉向记者透露,长虹控股集团新任董事长柳江对强化公司主业增长非常重视,尤其是对彩电业务的发展寄予厚望。

业内人士告诉记者,长虹未来要在家电业务破局,除了强化产品“技术标签”之外,“降本增效”提高运营效率是关键之一。同时还要协同“CHiQ”“长虹”“Oboni”等品牌矩阵,为长虹品牌注入年轻、潮流、活力的新概念。

目前我国传统家用电器与零部件市场已经形成稳定格局,要想打破实属困难。因此,长虹需要进行差异化竞争。”刘凯表示,在数字化与智能化的浪潮下,长虹除了大力开展B端业务,还要同时赋能C端产品,形成B端与C端协同发展,实现技术相互支撑与融合,分摊技术

创新成本。

刘凯也指出,随着国家数字化与新能源战略的不断推进,未来数字化、智能化、新能源等相关产品市场空间较为广阔,例如智慧城市、数字化城市等领域。这些也是长虹正在布局的领域。

在张毅看来,长虹未来的发力点有两个方面,一是紧跟国家战略部署,在一些国家重点项目、重要基础设施建设等方面加大作为;二是面对消费市场,要形成比较扎实的研发、生产、销售的闭环。

“每个企业都有不同的特点,稳扎稳打不是坏事。市值股价涨跌具备周期性,从未来成长性来看,长虹有很大的空间。”张毅指出。未来,长虹控股集团新任董事长柳江会缔造一个怎样的长虹,我们拭目以待。

今年前9个月中国主要家电产品产量明显回升

本报讯 近日,国家统计局发布最新统计数据:前9个月,全国家用冰箱产量7182.4万台,同比增长13.6%;房间空气调节器产量19366.2万台,同比增长13.7%;家用洗衣机产量7495.7万台,同比增长21.9%。

今年以来,我国白色家电生产形势明显好转。

中国家用电器协会执行理事长姜凤表示,今年前三季度中国经济持续恢复向好,家电行业整体运行平稳,回升向好态势明显。前9个月,家电行业主营业务收入1.36万亿元,同比增长6.91%;利润总额达1141.6亿元,增速为19.64%。家电业展现出较强韧性、潜力和活力。

姜凤分析,今年前9个月我国主要家电产品产量明显回升,主要

得益于需求拉动,同时也有去年同期低基数的因素。

在出口方面,我国家电出口也实现整体平稳回升。从主要家电产品看,今年前9个月,家用空调出口5277万台,同比增长4.12%;洗衣机出口2671万台,同比增长37.7%;压缩式冰箱出口3230万台,同比增长17.43%。

姜凤表示,自今年下半年以来,家电出口降幅逐步收窄,预计今年全年家电出口额将实现正增长。

业界普遍认为,我国家电出口表现好于预期,与全球市场形势的发展变化、我国稳外贸政策效应的显现、家电企业持续强化海外商务和展览活动、跨境电商发展壮大等因素直接相关,也表明我国家电国际竞争力在不断增强。(文 编)

燃气热水器行业发布首个碳足迹报告

本报讯 近日,燃气热水器行业首个针对核心材料部件铜换热器的碳足迹报告发布,涉及铜换热器产品从原材料获取、原材料运输排放、生产排放、成品运输排放,以及产品使用后报废处置产生的排放等系统边界的碳足迹核查。

报告指出,大宗原材料的使用和能耗是构成燃气热水器产品碳足迹排放的重要部分。在燃气热水器产品生命周期内,占碳足迹排放比例最高的便是原材料排放,占比达到80%左右。由于在原材料获取阶段的温室气体排放为最大排放源,控制主要原材料的排放无疑可作为

降低产品碳足迹的主要措施之一。其中,铜材料的使用很大程度上成为行业低碳减排的一大助力。

燃气热水器尤其核心部件选择铜材料的原因有二,首先是铜本身具有高热导性、收缩膨胀的稳定性、易加工性、延展性和耐受热冲击能力等优点,其次是铜不易被氯离子腐蚀、更适合中国家庭自来水使用的基础国情。报告发布方之一的国际铜业协会(中国)相关负责人强调,国际铜业协会鼓励更多家电企业合理使用铜材料,让铜的绿色低碳可循环使用属性为家电产品生产制造赋能。(杨鹏岳)

LG Display任命郑哲东为 新任CEO

本报讯 记者从LG Display获悉,在11月23日召开的董事会上,郑哲东被任命为LG Display新任CEO,将在12月1日履新,并在2024年3月理事会之后获得正式任命。

据悉,郑哲东毕业于韩国庆北大学电子工程专业,是B2B、IT产业专家,于1984年入职LG半导体,曾在LG集团旗下的LG Display、LG化学、LG Innotek等公司担任重要职务。

郑哲东在负责LG Display生产技术部门期间,为生产工程革新、

OLED等先进显示产品的成功量产奠定了坚实的基础。过去5年在LG Innotek任CEO期间,郑哲东主导研发革新性技术产品,不断优化产业结构,创造了相机模组领域全球第一的成绩。

业内人士表示,目前三星显示、京东方、TCL华星、维信诺等面板厂正在考虑第8代OLED产线的投资计划,以提升经济效率。对于LG Display来说,需要迅速采取相应措施以保持其在OLED面板的优势地位。(卢梦琪)

20余家电子供应链企业共同制订“2万亿新宏图计划”

本报讯 近日,由20余家国产供应链企业参与制订的“2万亿新宏图计划”全球合作新框架正式启动。该计划提出,未来十年企业将在全球市场共创共享2万亿元的综合产值,并提出了中国科技产业链发展的四条共识。

在这份产业级共识中,Redmi与国产供应链企业提出四项发展倡议:坚定持续“硬核创新”是时代命题;扎根中国、“链”接全球是必然选择;“一面自立自强,一面

合作开放”是持续开拓的必经之路;万亿级产业集群崛起,将重塑全球价值链格局。

据了解,TCL华星、豪威科技、蓝思科技、龙旗科技、维信诺、伯恩、舜宇光学、歌尔、欧菲光等众多国产供应链龙头企业积极参与该计划的制订。小米集团总裁、Redmi品牌总经理卢伟冰表示,Redmi新十年将致力于带动国产供应链不断提升能力、迈向全球价值链的高端。(谷月)



图为“2万亿新宏图计划”发布会现场