

# CHINA FINANCIAL MARKET



## HIGHLIGHT

China BOHAI Bank: Pursue building the brand uniqueness of investment bank and make solid progress towards the top  
渤海銀行：持續打造投資銀行品牌特色 向一流銀行穩步前進

PSBC's first quarterly report was "unboxed" demonstrating a good start with the performance beyond expectations  
郵儲銀行一季報「出爐」業績表現超預期實現良好開局



WONDERFULsky

皓天財經集團

皓天財經集團控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司) 股份代號：1260.HK

# 專業創新

## 十位一體全球化財經傳訊集團

### 成為全球唯一一家上市的財經公關集團

皓天財經集團(1260.HK)是全球領先的財經傳訊集團，2012年在香港主板上市，成為全球唯一一家上市的財經公關集團。集團現有員工超過500人，以香港為基地，網路覆蓋全球包括紐約、倫敦、巴黎、法蘭克福、迪拜、波士頓等等各大金融中心，在北京、上海、深圳、新加坡都設有分公司。集團為上市公司和擬上市公司提供一站式金融服務，包括：財經傳訊、國際路演、財經印刷、投資者關係、資產管理、股權投資、品牌推廣、ESG報告、法定及商業保險及企業獵頭「十位一體」。成立至今已經助力500多家公司成功IPO，連續多年港股IPO市場份額超過80%，名列第一。為中國客戶提供新的海外諮詢服務，致力於帶領中國內地企業「走出去」；並且協助國際企業建立他們在亞洲的卓越優勢，促成在中國地區的跨領域合作。

# 目錄

## CONTENTS

社長 汪長禹  
 總編輯 吳妍珠  
 編輯部 汪安琪  
 史黛拉  
 龐斯銘  
 任蘊  
 製作 Jacky  
 美術總監 Jim

承印  
 深彩印刷(香港)有限公司  
 旺角彌敦道788-790號利美大廈10樓B室

發行  
 青揚書報社有限公司  
 香港九龍觀塘海濱道143號航天科技中心13樓

出版人  
 香港沙龍電影有限公司  
 九龍土瓜灣宋皇臺道68號飛達工商業中心4字樓C室

廣告部  
 cfm@cfmmagazine.com  
 +852 3970 2276 +852 3970 2122

出版月份  
 2022年7月

### 本期焦點

3 渤海銀行：持續打造投資銀行品牌特色 向一流銀行穩步前進

### 公司透視

- 6 北京控股穩步推進低碳發展新格局 彰顯國企擔當
- 7 各項業務進展良好 營收能力穩中有升 中國人保經營韌性盡顯
- 9 疫後復甦+基建穩增長政策持續發力 中國建材長期向好
- 10 狠抓降本增效 再創業績佳績
- 11 郵儲銀行一季報「出爐」 業績表現超預期實現良好開局
- 13 綠色低碳轉型闊步向前 華能國際為行業發展注入華能力量
- 14 青島港董家口港區大唐碼頭二期工程順利通過竣工驗收
- 15 鋰行業迎來高速發展風口期 天齊鋰業潛力加速釋放競爭優勢顯著
- 16 遠大住工營收穩步增長 近期表現跑贏大市
- 17 同心抗疫共渡難關 九台農商銀行引金融活水傾力幫扶中小微企業
- 19 積極拓展物業管理業務 信基沙溪股價穀底反彈
- 20 味千2021年扭虧轉賺2094萬元人民幣 派息0.08元人民幣
- 21 遠東發展有限公司(於「Questar Awards 2022」中榮膺五項大獎)
- 22 上實環境公佈2022年首季度答卷：業績表現亮眼 營收淨利雙增
- 23 深耕青年消費群體推進品牌年輕化 碧生源不斷煥發新活力
- 25 日照港裕廊(06117)全年度純利1.68億元人民幣升11%派息2.4分，三月與山東港口航運集團訂立山東港口航運集團協議

### 股壇速遞

- 26 瑞爾集團獨辟發展蹊徑：專注一流服務 締造一流品牌
- 28 神冠控股公佈2021年業績：產品多樣化發展加速 歸母淨利潤增長35.1%
- 30 新華文軒以提高品質為工作生命線 打造新時代出版精品
- 32 山東國信與北清環能簽署戰略合作協議，助力實現「雙碳」目標
- 33 佳源服務經營狀況保持穩健 盈利能力持續增強中長期發展向好
- 34 業績扭虧為盈 中國華融聚焦不良資產主業內生發展動力增強

#### 免責聲明

本刊所載的內容和信息乃從相信屬可靠之來源搜集，該等內容和信息並未經獨立核實，本刊並不保證其準確性、完整性、及時性或者正確性。投資附帶風險，本刊不能且不會保證本刊刊載的任何內容和信息會否帶來盈利。本刊內容和信息僅可作為參考用途，本刊不應被視為遊說任何訂戶或讀者執行任何交易，如任何訂戶或讀者依本刊所載的內容和信息招致任何損失，概與本刊、相關作者及內容供應者無關，本刊、相關作者及內容供應者亦不會承擔任何形式的責任。本刊並未向任何訂戶或讀者提供專業意見，任何訂戶或讀者亦不應將其視為專業意見，任何訂戶或讀者在需要時應尋求適當之專業意見。

- 36 甯滬高速 精心部署，下好防控「先手棋」
- 37 華潤萬象生活2021全年實現綜合收入人民幣88.75億元，同比增長30.9%
- 39 重慶機電年度業績實現強勁增長 與康明斯續簽合資合同攜手共進再出發
- 41 領地控股：著眼未來，數字騰飛
- 43 奧雷巴替尼或扛起中重度新冠治療大旗，亞盛醫藥按下估值增長加速鍵
- 44 太保壽險香港舉行線上新品發佈會 愛相傳[•]終身人壽保險計劃正式亮相
- 45 康基醫療構建醫療新架構 不斷前行在醫療改革道路上
- 46 景瑞服務守「滬」情「疫」
- 54 優然牧業：2021年營收153.46億元 高增長態勢延續龍頭地位穩固
- 55 品質鑄就品牌，周黑鴨的高品質是如何打造的？
- 56 和譽將高效推進新藥研發，差異化管線佈局全球市場
- 57 星盛商業積極推動可持續發展 致力將環境、社會及管治策略融入集團日常營運當中
- 58 綠色轉型步伐加速科技賦能降本增效 大唐環境綜合競爭力顯著提升
- 59 盛京銀行(2066.HK)：調整董、監事，凸顯國資「底色」
- 60 大明攜手常青股份，圓滿服務知名礦卡企業新項目
- 61 中升集團獲納入恒生指數成份股 盈利能力及發展潛力備受資本市場認可
- 62 洛陽鋁業：位居福布斯全球企業2000強918位 排名上升128位

## 財經點將

- 47 乘行業東風提質提量 中鋁發展前景向好
- 48 實至名歸信達生物獲2021年度蘇州市市長質量獎
- 49 做世界一流冶金建設國家隊 當高技術高品質建設排頭兵
- 51 雅迪為中國智造冠能
- 52 聚焦國際化市場佈局 北京汽車海外銷量增八成競爭力提升

## 行業解構

- 63 傳媒行業
- 83 中國母嬰行業
- 88 電子行業

# 渤海銀行：持續打造投資銀行品牌特色 向一流銀行穩步前進



近年來，隨著互聯網技術的發展以及利率市場化等因素的影響，傳統銀行業受到巨大衝擊。在資本市場快速膨脹，利差不斷縮小的背景下，商業銀行之間以及商業銀行與其他非銀行金融機構之間的競爭加劇，高度依靠存貸款業務為主的業務模式和存貸利差的盈利方式已經不能滿足商業銀行的發展需求。如何擺脫發展瓶頸，提高經營效率，打造差異化競爭優勢，提升綜合競爭力，成為商業銀行亟待解決的難題。

為了突破發展瓶頸，商業銀行紛紛尋求多元化經營，以改變現有業務體系，推動業務轉型升級。而投資銀行業務作為商業銀行展示競爭力的核心業務之一，正成為眾多商業銀行實現多元化經營的重要手段。

其中，渤海銀行股份有限公司（「渤海銀行」，股份代號：9668.HK）作為《中國商業銀行法》修訂以來，唯一一家全新成立同時也是唯一一家外資銀行參與發起設立的全國性股份制商業銀行，持續加大創新轉型發展力度，不斷豐富產品類型，在債券承銷業務與非債投行業務的雙輪驅動下，投行業務得到快速發展。

## 債券承銷產品亮點紛呈 業務規模節節攀升

作為最年輕的全國性股份制商業銀行，渤海銀行圍繞著創新轉型實現高質量發展的目標，緊跟國家宏觀政策導向及政策目標指引，積極推進債券產品創新。該行根據客戶自身特性和需求，為客戶提供量身定制的直接融資服務方案，債券承銷業務創新產品亮點紛呈，產品創新能力持續優化，有效滿足了各類市場主體的投融資需求，差異化競爭優勢凸顯。

在鄉村振興方面，渤海銀行通過為涉農企業承銷「鄉村振興債」、「鄉村振興+熊貓債」「鄉村振興+革命老區債」等多種債券形式，推動了拓展脫貧攻堅成果與鄉村振興的有效銜接。在助力實現雙碳目標方面，渤海銀行圍繞著「碳達峰、碳中和」相關工作，積極承銷綠色債券和碳中和債券，加大對綠色經濟的支持力度，積極踐行綠色發展理念。在能源保供方面，渤海銀行圍繞能源保供工作部署，積極承銷全國首批暨粵港澳大灣區首單以及吉林省、河北省首單能源保供債券。

通過創新驅動，渤海銀行產品譜系得到拓寬，綜合服務體系更加成熟，服務能力再次升級，債券承銷業務競爭能力進一步增強。今年1月份，渤海銀行成功承銷熊貓債26億元，排名全市場第一，在去年排名股份制銀行第一的基礎上再上一層樓。與此同時，渤海銀行鄉村振興債、小微企業金融債、汽車金融ABS和理財直融等債券產品繼續迸發動能，創新優勢進一步擴大。

隨著債券承銷業務市場競爭力的逐步增強，渤海銀行債券承銷規模穩步增長。截至今年3月中旬，渤海銀行共承銷中國銀行間市場交易商協會債券321.07億元，較去年同期增長超50%，創下歷史同期新高，市場排名

從去年的第26名上升至第19名。成立至今，渤海銀行累計為各類企業承銷債券超6000億元，切實幫助企業拓寬融資渠道，縮短資金鏈條，降低融資成本，也增強了自身的市場影響力。

而渤海銀行在債券承銷業務規模的擴張以及發行質量的提升，增進了投行業務在優化資產結構、增加中間收入、節約經濟成本以及釋放風險資產等方面的效用，確保了銀行業務經營的穩健性。此外，不斷豐富的創新投行產品組合，亦增進了渤海銀行和企業客戶的業務聯動性和協同性，在為企業和實體經濟開闢直接融資途徑的同時，也讓其經營模式更加健康，有利於長期穩健高質量發展。

### 跨境金融服務能力優勢突出 熊猫債承銷規模市場第一

在精進境內債券承銷業務的同時，渤海銀行認真貫徹落實國家宏觀政策指引，堅持國際化發展路徑，提高金融服務對外開放能力、跨境金融服務能力，搶抓市場機遇，積極參與債券市場，幫助發行人拓寬融資渠道、優化債務結構，為投資者多元化人民幣資產組合配置提供了多樣化選擇。

其中，熊猫債作為債券市場跨境投融資工具之一，在豐富債券市場結構、擴大對外開放等方面發揮重要作用，已成為優化人民幣跨境循環、穩妥推進人民幣國際化進程的重要渠道。近年來，國家出台多項政策，支持熊猫債業務發展，受此推動，熊猫債市場規模發展迅速，發行人類型也日漸豐富。渤海銀行憑藉領先的業務創新優勢和跨境金融服務能力，積極參與到企業熊猫債的承銷發行過程之中，有力推動了中國債券市場對外開放和人民幣國際化進程。

今年以來，渤海銀行以牽頭主承銷商和簿記管理人的重要身份，先後幫助中國光大水務有限公司成功發行總額10億元的2022年度第一期超短期融資券(熊猫債)和總額25億元的中國蒙牛乳業有限公司2022年度第一期超短期融資券(熊猫債)。

值得一提的是，在債券承銷的過程中，恰逢天津突遭新冠疫情侵襲，總部位於天津的渤海銀行迅速啟動應急工作機制，由總行投資銀行部帶領深圳前海自貿和呼和浩特兩家屬地分行，充分發揮業務創新優勢聯動協同，在嚴格落實防疫要求的同時，充分保障了兩支債券的順利落地。從企業表達發行意願到債券成功發行落地僅用時幾個工作日，不僅大大縮短了債券的發行時間，而且有效降低了企業融資成本，拓寬了企業融資渠道。

據了解，上述兩隻熊猫債的成功發行是發行人優化負債結構的重要舉措，募集資金均全部用於補充發行人境內的流動資金。其中，渤海銀行在兩次債券發行的過程中合計承銷份額達26億元，全市場份額佔比高達31.36%，在1月份熊猫債承銷規模上排名全市場第一。這是渤海銀行在2021年度排名股份制銀行第一名的基礎上再次取得了業務新突破，高度凸顯了該行創新產品對於促進業務發展的領航作用。

### 精準引流債市活水 積極服務實體經濟

「金融是實體經濟的血脈」，金融活，則經濟活；金融穩，則經濟穩。渤海銀行始終把服務實體經濟作為開展金融工作的出發點和落腳點，認真貫徹落實國家鄉村振興、「雙碳」綠色發展、革命老區振興等政策導向，積極主動融入國家重大發展戰略，以債券承銷業務為抓手，著力搭建融資企業與債券市場的橋樑紐帶，在認真服務實體經濟方面出實招、見實效，促進實體經濟和金融發展共存共榮。

在債券市場上，渤海銀行充分發揮自身專業優勢，借助國家政策東風，加快推動債券市場直接融資發展。該行堅持以「客戶為中心」的服務理念，深入了解各類市場主體的融資需求，引導債券資金精準流向實體經濟，為企業提供充足的投融資支持。

特別是面對今年以來國內各地突發疫情的不利影響，渤海銀行在做好疫情防控的同時，全行緊密聯動，充分考慮受疫情影響地區的客戶實際困難，通過建立重點客戶白名單機制、向客戶承諾限時辦結等舉措，主動對接企業資金需求，全力保障金融服務質量，彰顯了金融機構的擔當與溫度。

在為實體經濟提供優質承銷業務的過程中，渤海銀行的債券承銷業務也實現了長足發展。公開數據顯示，2022年一季度，渤海銀行各地區業務全面開花，在全國近20個省、自治區和直轄市均實現了債券承銷項目落地，客戶覆蓋央企、地方國企、民企和上市公司等各類主體，在金融服務提質、增量、擴面等方面取得新成效，服務實體經濟能力進一步增強。

在鞏固債承業務優勢的同時，渤海銀行堅持大投行、大資管發展方向，不斷改善投行、資管等專業化服務能力，在資產流轉、並購金融、顧問諮詢、交易撮合、企業財富管理等非債投行業務方面也實現穩步發展。年報數據顯示，2021年，渤海銀行累計年增代銷基金787只，全年銷量43.77億元；非貨幣基金收入較上一年同期實現16倍增長；代理保險實現中間業務收入同比增長70.90%，「敏捷有溫度」的「大財富管理」體系正加快形成。

經過勤力耕耘，渤海銀行在投資銀行業務方面樹立起自身的品牌地位，獲得了資本市場的廣泛認可。在《投資時報》「金禧獎」及《每日經濟新聞》「第十二屆中國金融金鼎獎」評選中，渤海銀行分別榮獲「2021卓越金融科技公司」和「2021優秀財富管理銀行」獎。

放眼未來，隨著經濟金融改革的不斷深化，商業銀行發展投行業務已成為大勢所趨。渤海銀行將繼續扮演好「最佳體驗的現代財資管家」的角色，加強投資銀行業務優勢，夯實自身能力建設、品牌建設矩陣，為國民經濟發展注入金融活水，向著一流銀行的目標奮力邁進。

# 北京控股穩步推進低碳發展 新格局 彰顯國企擔當

北京控股有限公司(「北京控股」或「公司」，股份代碼：0392.HK)順應生態文明建設與「雙碳」大勢，秉承讓城市生活更美好的使命，全力構建綠色發展新格局。

自1997年上市來，北京控股始終致力於引領社會綠色發展的風潮，累計供應天然氣3,290億立方米，相當於為全社會節約了4至5億噸標準煤；構建生態友好、可持續的水循環體系，累計污水處理量近350億噸；對城市固體垃圾進行收納並轉換成能源，於境內外累計垃圾焚燒發電處理量5,520萬噸，相當於減少約2,000萬噸的二氧化碳排放當量。

在綠色環保概念的加持之下，公司自身業務亦取得高速度及高質量增長。相較於上市初期，目前的資產總額增長了逾40倍至2,228億港元，營業收入增長逾20倍至804億港元，股東應佔利潤增長逾10倍至99億港元。

未來，北京控股也將繼續把握「雙碳」戰略目標下的機遇，將綠色發展理念融入生產經營的各個環節，構建清潔、高效、低碳的發展路徑，持續推進各業務板塊及相關行業向資源、環境友好的低碳發展方向轉變。

## Summary:

Beijing Enterprises Holdings Limited follows the trend of ecological civilization construction and the「dual-carbon」trend, adhering to the mission of making urban life better, and strives to build a new pattern of green development.





# 各項業務進展良好 營收能力穩中有升 中國人保經營韌性盡顯

## 摘要

2022年第一季度，國際環境複雜嚴峻，疫情肆虐疊加地緣衝突，全球經濟面臨需求收縮、供給衝擊、預期轉弱三重壓力。中長期來看，隨著穩增長政策的實施，保險作為經濟「減震器」和社會「穩定器」，在服務經濟穩中求進、助力逆週期調節等方面，將發揮有效保障作用。

In 1Q22, the international environment was complex and severe, the pandemic was raging with geopolitical conflicts, and the global economy was under the triple pressure of shrinking demand, supply shock and expected weakening. In the medium and long term, with the implementation of steady growth policies, insurance, as an economic “shock absorber” and a social “stabiliser”, will play an effective protection role in serving the economy to seek progress while maintaining stability and supporting counter-cyclical adjustment.

2022年第一季度，國際環境複雜嚴峻，疫情肆虐疊加地緣衝突，全球經濟面臨需求收縮、供給衝擊、預期轉弱三重壓力。面對挑戰，中國人民保險集團股份有限公司（簡稱「中國人保」或「公司」）強化央企責任擔當，紮實推進卓越保險戰略實施，各項業務進展良好，保險業務實現較快增長，經營能力穩步提升。



財務數據顯示，2022年第一季度，中國人保實現營業收入人民幣（下同）1895.68億元，同比增長9.1%；保險業務收入為2339.84億元，同比增長14.3%；歸母淨利潤87.44億元，同比下滑12.9%；基本每股收益為0.2元。在艱難的市場環境之下，中國人保仍能夠取得如此業績，進一步折射出公司的經營韌性與強大的抗風險能力。

## 保費規模穩健增長 財險業務改革成效顯著

從具體業務來看，財險是人保的核心業務之一。2022年第一季度，人保財險以服務構建新發展格局為核心，以科技賦能、創新驅動，深化降本增效，牢守風險底線，保費規模穩健增長，業務品質保持良好狀態。

報告期內，人保財險實現原保費收入1521.39億元，同比增長12.2%；實現承保淨利潤43.16億元，同比增長10.8%；賠付率70.5%，同比上升0.2個百分點；費用率25.1%，同比下降0.3個百分點；綜合成本率95.6%，同比下降0.1個百分點。

其中，車險業務改進經營模式，大力發展家庭自用車保險業務，實現保費收入637.82億元，同比增長了10.9%；意外傷害及健康險收入487.44億元，同比增長11.7%；農險實現28.8個百分點的增長，今年第一季度保費收入157.06億元；信用保證險保費收入14.88億元，同比增長203.7%。公司堅定不移地推動財險業務高質量改革轉型，鞏固綜合競爭優勢，為長期可持續健康發展奠定堅實基礎。

#### 壽險業績穩中向好健康險獲客戶廣泛認可

在壽險方面，2022年一季度，人保壽險堅守改革初心，深入貫徹公司卓越保險戰略，積極落實六大服務體系，加強合規風控管理，力促轉型發展，聚焦價值創造。

報告期內，人保壽險實現原保險保費收入597.5億元，同比增長17.9%；實現期交原保險保費收入388.26億元，其中，長險首年保費收入319.15億元，同比增長48.3%；躉交業務保費達199.85億元，實現大幅增長，同比上升125.4%，期交首年業務則同比下滑5.8%，收入119.3億元；實現淨利潤21.87億元。

在健康險方面，2022年第一季度，人保健康險加快業務發展，強化科技賦能，釋放新發展動力，展現新經營風貌，經營業績穩中向好。報告期內，實現原保險保費收入204.86億元，同比增長19.2%；實現淨利潤6.51億元，同比增長361.7%。健康險產品創新贏得客戶讚譽，以獨特優勢受到廣泛認可。

## 行業空間廣闊政策持續助力未來發展大有可為

在資管業務方面，2022年第一季度，中國人保資產管理分部以卓越保險戰略為引領，加強市場趨勢研判，積極應對市場變化，做好資產配置動態調整，穩定公司投資收益，防範投資風險，努力發揮投資收益主力軍作用。

中長期來看，隨著穩增長政策的實施，保險作為經濟「減震器」和社會「穩定器」，在服務經濟穩中求進、助力逆週期調節等方面，將發揮有效保障作用。與此同時，車險綜改推動車險降費增賠、回歸本源，國家推進健康中國戰略和積極應對人口老齡化戰略，疫情提升居民健康保險意識，以及政府「放管服」改革深入、居民財產保險意識增強等，都成為行業高質量發展的強力助推劑，為保險業帶來新的重要發展契機。

在此背景下，中國人保作為保險行業頭部企業，憑藉領先的行業地位、多樣化的產品組合及良好的運營模式等核心優勢，有望不斷提高保險服務的質量和效率，充分享受需求旺盛、政策助力等行業紅利，未來將大有可為，前景可期。

# 疫後復甦+基建穩增長政策持續發力 中國建材長期向好



## 摘要

基建和地產作為決定國內經濟「大盤」的兩大支柱行業，成為了穩增長政策發力的主要方向。隨著疫情逐步受控，預計6月中國或將迎來大面積復工複產，基建發力、地產修復合力之下，建材行業需求將得到顯著改善。

As the two pillar industries that determine the domestic economy, infrastructure and real estate have become the main goal of the steady growth policies. With the gradual control of the pandemic, China is expected to usher in a large scale of resumption of production in June, and the demand for building materials industry will be significantly improved under the joint efforts of infrastructure construction and real estate restoration.

今年2季度，中國內地多地突發新冠疫情，不少地區被迫按下暫停鍵。區域性管控之下，工廠停工、物流受阻，對建材物流、建築施工等造成不利影響，建材行業整體業績承壓。隨著疫情逐步受控，預計6月中國或將迎來大面積復工複產，基建發力、地產修復合力之下，建材行業需求將得到顯著改善。

政策方面，疫情導致經濟下行壓力加大，政府穩增長意願強烈。而基建和地產作為決定國內經濟「大盤」的兩大支柱行業，也成為了穩增長政策發力的主要方向。目前，中國各級政府已密集出台多項政策，支持地產和基建行業發展。建材作為地產產業鏈的一個細分行業以及基建板塊的重要一環，有望受益於穩增長政策，具有較強的增長確定性。

具體到公司方面，中國建材股份有限公司（「中國建材」，股份代號：3323.HK）作為建材行業的絕對龍頭企業，無疑將享受最大政策紅利。據瞭解，中國建材是全球最大的綜合性建材產業集團、世界領先的新材料開發商和綜合服務商。

水泥業務方面，中國建材是世界最大的水泥製造商。過去幾年，中國建材不斷推進旗下水泥板塊業務整合步伐，目前已進入到第二步整合階段。整合結束後，中國建材水泥板塊有望誕生一家全球業務規模最大、產業鏈完整、全國性布局的水泥上市公司，具備極高的市場競爭力。此外，經過整合後的中國建材可有效解決同業競爭問題，提高企業內部協同效應，降低成本，進一步提升盈利能力，為公司提供長期充裕現金流。

此外，中國建材大力發展水泥+業務，加快發展骨料及特種水泥，優化商混業務布局，推動水泥業務轉型升級，鞏固核心利潤區，促進水泥業務獲得長足發展。

隨著疫情過後基建和地產板塊回暖，水泥需求預期將得到改善，水泥供給格局有望持續優化，水泥價格後續仍存上漲空間，對中國建材水泥板塊後續業績增長形成較強支撐。中長期來看，「雙碳」以及「雙控」目標下，水泥行業整體或將呈「量減價增」趨勢發展。納入碳交易後，小企業成本壓力加劇，行業供給端集中度提升將加速，作為龍頭企業的中國建材，其市場份額呈進一步擴大之勢。

此前國泰君安也就中國建材發佈研報，認為水泥行業未來2-3年盈利有望高位運行，中國建材報表質量將明顯改善，且該公司水泥板塊整合加速，能夠有效補充其後續現金流，是以維持中國建材「增持」評級，並給予18.14港元目標價。國泰君安的研報，從側面說明瞭專業投資機構對中國建材未來發展的看好。

作為週期性板塊，建材板塊股價底部往往會領先於基本面業績底部。因此，雖然當前建材行業壓力最大，但同時也是較好的布局時機。目前中國建材股價在10港元左右徘徊，估值較水泥行業平均水平偏低，相信隨著其後續業績釋放，公司股價具備較大提升空間。

# 狠抓降本增效 再創業績佳績



鋼鐵行業為周期性行業，需求及鋼材價格均呈周期性波動，因此行業和企業的盈利呈現明顯的周期性波動。在高質量發展階段，企業更加注重提升產品附加值，將有利于抵禦市場波動，穩定企業盈利。

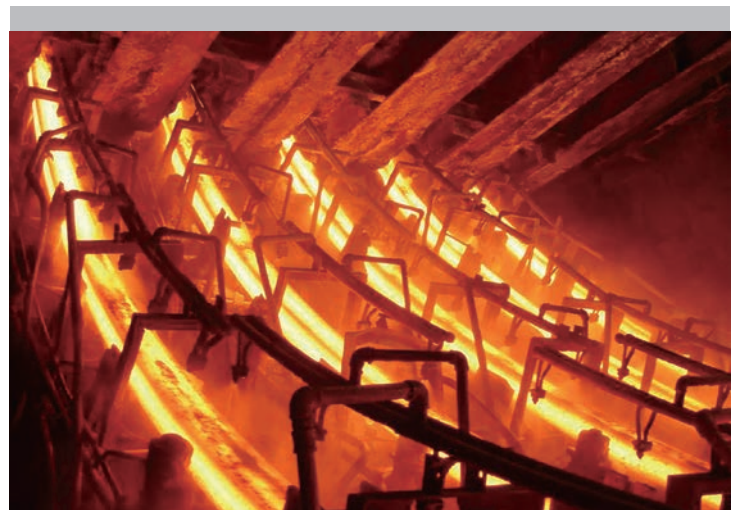
「重慶鋼鐵股份有限公司(以下簡稱：「重慶鋼鐵」)(01053.HK)」地處西南重鎮重慶市，地理位置得天獨厚，鋼材市場需求旺盛，有自有原料碼頭和成品運輸碼頭，物流條件優越，具備明顯的比較優勢。生產方面，重慶鋼鐵目前具備超千萬噸鋼生產能力，同時嚴抓生產經營管控，技術經濟指標穩步提升，高爐利用系數，熱裝率等指標在行業具有較強競爭力。

重慶鋼鐵2021年度報告顯示，集團實現鐵、鋼、商品坯材產量分別為674.46萬噸、711.55萬噸、715.65萬噸，鐵、商品坯材產量同比增長5.74%、5.59%，創歷史最好水平；實現商品坯材銷714.05萬噸，同比增長4.61%；實現營業收入398.49億元，同比增長62.72%；實現利潤總額22.63億元，同比增長262.42%。

融入中國寶武的重慶鋼鐵正以嶄新的姿態向高質量發展目標堅定前行，面對複雜嚴峻的外部環境和新冠肺炎疫情的持續衝擊，狠抓降本增效、全面對標找差「公

面對標找差、狠抓降本增效、管理極致、消耗極限」管理主題，管理製造能力全面提升，碼頭、煉鐵等環節全面增效，生產效率顯著提升，主要技術經濟指標持續優化，經營業績再創佳績，利潤均創歷史新高。

Steel industry is a cyclical industry, both demand and steel prices fluctuate cyclically, so the industry and corporate earnings show significant cyclical fluctuations. In the stage of high-quality development, corporates pay more attention to enhance the added value of products, which will help to resist market fluctuations and stabilize corporate profits. Chongqing Iron & Steel, which has integrated into China Baowu, is marching forward with a new attitude towards the goal of high-quality development. Facing complicated and severe external environment and ongoing impact of the COVID-19 pandemic, production efficiency of the Company promoted significantly, the main technical and economic indicators were continuously optimized and results of operations and profits have reached a new high.



# 郵儲銀行一季報「出爐」 業績表 現超預期實現良好開局

## 摘要：

一季度，新冠疫情的反復對整個市場環境帶來影響。在穩市場、穩經濟的大背景下，小微企業的健康發展尤為重要。作為國有控股大型銀行，郵儲銀行積極加大對小微企業紓困的幫扶力度，助其渡過難關。同時，該行亦切實服務各類市場主體，為保物流、保供應貢獻了「郵儲」力量，充分彰顯了國有大行的使命擔當。

In the first quarter, the recurrence of the COVID-19 pandemic had an impact on the overall market environment. Under the background of stabilizing the market and the economy, the sound development of small and micro enterprises matters a lot. As a large state-controlled bank, Postal Savings Bank of China actively strengthened its assistance to small and micro enterprises in overcoming difficulties. At the same time, the Bank also effectively served various market entities and contributed to the power of “PSBC” to ensure logistics and supply, fully demonstrating the mission and obligation of a large state-owned bank.

百年變局和世紀疫情相互交織，國際形勢繼續發生深刻變化。對此，我國堅持發展與安全並重，實現高質量發展和高水平安全的良性互動。銀行業作為中國經濟的「壓艙石」，在「十四五」發展時期始終順應經濟環境，立足新發展階段，貫徹新發展理念，全力服務經濟社會發展。

4月29日，中國郵政儲蓄銀行股份有限公司（「郵儲銀行」或公司，股份代碼：1658.HK）公佈2022年一季度業績報告。報告顯示，期內，公司實現營收851.7億元，同比增長10.1%；歸母淨利潤達249.8億元，業績增長穩健，實現「開門紅」。同時，截至2022年一季度，公司撥備覆蓋率達414%，處於較高水平，反哺利潤空間充足。

## 資產總額突破13萬億元 奠定發展良性基礎

風控能力是商業銀行駕馭不確定性的核心競爭力。對郵儲銀行而言，充沛的資產總額和優異的資產質量始終是其價值所在，更是該行的「名片」。一季報顯示，截至3月末，郵儲銀行資產總額和管理個人客戶資產雙雙突破13萬億元，其中，資產總額達13.27萬億元，較上年末同比增長5.45%。

業績規模的增長得益於運營效率的提升。據悉，2022年伊始，郵儲銀行便積極建設集約化運營模式，提高成本投入產出效率，期內，該行成本收入比同比下降0.14個百分點。提升效率的同時，服務能力亦不容忽視，開年以來，該行加快打造專業核心、體系支撐、協同整合、科技助推、機制驅動、創新引領等六大能力，提升客戶體驗，充分滿足客戶的差異化金融需求。



## 全力助企紓困 彰顯國有大行責任擔當

一季度，新冠疫情的反復對整個市場環境帶來影響。在穩市場、穩經濟的大背景下，小微企業的健康發展尤為重要。作為國有控股大型銀行，郵儲銀行積極加大對小微企業紓困的幫扶力度，助其渡過難關。同時，該行亦切實服務各類市場主體，為保物流、保供應貢獻了「郵儲」力量，充分彰顯了國有大行的使命擔當。

數據顯示，一季度，郵儲銀行發放客戶貸款淨增3546.74億元，同比增加821.84億元，其中，實體貸款新增佔比高達98.56%，強化了金融服務實體經濟的支撐作用；普惠小微企業貸款餘額突破萬億規模，餘額佔全行各項貸款比例穩居大型銀行前列。另外，為響應國家政策，該行積極加大對清潔能源、生態環保等領域的信貸投放，公司貸款達2.46萬億元，較上年末增長9.32%。

普惠金融廣闊的發展前景將賦予郵儲銀行這樣的普惠「先行者」可觀的成長性。2022年一季度，在穩經濟、穩市場、穩預期的宏觀政策指導下，郵儲銀行交出了超預期的亮眼成績單。未來，郵儲銀行將會繼續響應國家各項政策號召，利用其敏銳洞察力，引領行業跑出發展「加速度」。

# 綠色低碳轉型闊步向前 華能國際為行業發展注入華能力量



與此同時，華能國際積極響應國家低碳清潔能源發展戰略，進一步加大清潔能源項目的投資開發與產業佈局。4月25日，華能國際10萬千瓦江口風電項目完成全容量並網運行。

據悉，該項目位於湖南省懷化市溆浦縣和邵陽市洞口縣，共安裝20台3.6兆瓦和7台4兆瓦風機，項目設計、建設、試運行全過程秉持集約化管理理念，無縫嵌入湖南區域新能源「0+1+N」管控新模式。項目投產後，年上網電量可超2億千瓦時，相當於每年節約標煤6.28萬噸、減少二氧化碳排放18.83萬噸，將有效促進當地能源結構調整及經濟社會綠色低碳可持續發展，助力實現「碳達峰，碳中和」目標。

當前，綠色低碳成為能源發展主旋律。21世紀以來，各國爭相推動經濟「綠色復蘇」，加快能源轉型和碳減排已成為世界各國共識。近期，國家能源局黨組書記、局長章建華在《時事報告》發表題為《全面構建現代能源體系 推動新時代能源高質量發展》文章，強調加快實施可再生能源替代行動，打造清潔低碳能源生產消費體系。華能國際電力股份有限公司（「華能國際」或「公司」）作為該領域中的領先企業，承擔著壯大清潔能源產業的重任，轉型任務迫在眉睫。

據了解，華能國際是中國最大的上市發電公司之一，主要在全國範圍內開發、建設和經營管理大型發電廠，是中國境內第一個實現在紐約、香港、上海三地上市的發電公司。公司的境內電廠廣泛分佈在中國二十六個省、自治區和直轄市，此外在新加坡全資擁有一家營運電力公司，在巴基斯坦投資一家營運電力公司。

## 大力推進綠色轉型 低碳清潔能源比例不斷提升

近年來，華能國際大力推進能源結構轉型，低碳清潔能源比例不斷提高。截至2021年底，公司風電裝機容量為10,535兆瓦（其中海上風電2,012兆瓦），太陽能發電裝機容量為3,311兆瓦，水電裝機容量為368兆瓦，天然氣發電裝機容量為12,243兆瓦，生物質能源裝機容量為120兆瓦。風電、太陽能、天然氣、水電、生物質發電等低碳清潔能源裝機占比，從2018年的16.5%提高至2021年的22.4%，公司的綠色轉型進程持續提速。

## 行業面臨重大發展機遇 公司為行業發展注入華能動力

近期，華能國際發佈2021年度董事會工作報告，報告中提出，公司著力推進多能互補大型綜合能源基地項目，新能源投產受上游設備價格上漲和疫情影響雖然不及預期，但仍實現同比增長，綠色轉型發展成效顯著。

值得一提的是，去年1月，華能集團明確提出，到2025年實現新增新能源裝機8000萬千瓦以上，確保清潔能源裝機占比50%以上，碳排放強度較「十三五」下降20%，到2035年，發電裝機突破5億千瓦，清潔能源裝機占比75%以上。作為華能集團旗下的核心上市公司之一，根據東方證券研報，預計華能國際「十四五」期間有望新增新能源裝機4000萬千瓦，到2025年，公司有望實現風光裝機規模5065萬千瓦，未來發展蔚為可期。

「十四五」是實現「碳達峰，碳中和」的關鍵窗口期，也是我國清潔能源發展的重要戰略機遇期，在此背景下，以風電、光伏為主的新能源行業，全產業鏈均將受益於產業發展需求的拉動，進而打開長期成長空間。根據東方證券研報，預計2025年，風電、太陽能發電裝機規模將分別達到5.6億千瓦、6.1億千瓦左右，2030年分別達到9.4億千瓦、12.1億千瓦左右。

華能國際將以碳達峰、碳中和為目標，主動適應國家能源供應結構轉型要求，繼續推動清潔低碳能源業務升級，加快跨越式發展步伐，用實際行動體現清潔能源產業高地的責任擔當，堅定不移走高質量綠色發展的道路，為中國的低碳綠色發展注入華能力量。

# 青島港董家口港區大唐碼頭二期工程順利通過竣工驗收



The Port of Qingdao commenced operations in 1892. Located between the Bohai Rim port region and the Yangtze River Delta port region in the PRC and occupied a central position among ports in Northeast Asia, the Port of Qingdao is one of the most comprehensive ports in the world, and an important hub for international trade and transportation in the West Pacific.

青島港開埠於1892年，位於中國環渤海港口群及長江三角洲港口群的中心地帶，佔有東北亞港口圈的中心位置，是西太平洋重要的國際貿易樞紐，目前是世界最大綜合性港口之一。

5月27日，中交一航局二公司承建的青島港董家口港區大唐碼頭二期工程順利通過竣工驗收。

該工程為重力式沉箱碼頭，建設規模為5萬噸級和10萬噸級通用泊位各1個，主體採用重力式沉箱結構，上部結構為現澆混凝土胸牆。本工程2020年12月底開工，於2022年4月底完工，建設中，中交一航局二公司充分發揚“特別能吃苦、特別能戰鬥、特別能奉獻”的精神，建設工期僅為16個月。

工程建成後有利於充分發揮大唐碼頭一期工程的通過能力，滿足董家口港區輸送量快速發展的需要，對全面開發董家口港區、建設世界一流港口具有積極推動作用。



# 鋰行業迎來高速發展風口期 天齊鋰業潛力加速釋放競爭優勢顯著



2020年9月，中國正式提出「碳達峰、碳中和」的「雙碳」發展戰略。此後，新能源汽車迎來爆發式增長，新能源車電池的上游原材料的鋰產業鏈亦隨之邁進快速上升通道。作為中國及全球領先的鋰生產商，天齊鋰業股份有限公司(天齊鋰業或「公司」)緊抓行業風口期，尋求香港上市，或成為又一家「A+H」兩地上市的鋰業公司。

天齊鋰業是中國及全球領先的鋰生產商，產品主要分為鋰精礦產品、鋰化合物及衍生物產品兩類。根據伍德麥肯茲報告，2021年，按鋰產生的收入計，公司排名第三，按產量計，公司亦為世界第四大及亞洲第二大鋰化合物生產商，市場份額分別為7%及12%。同時，公司亦是全球第二大電池級碳酸鋰供貨商，為全球十大電池級氫氧化鋰供貨商之一。

據悉，全球鋰年需求量自2022年至2026年預期將按15.4%的複合年增長率增長，於2026年合共達1.07百萬噸LCE。得益於前瞻的行業洞察力，天齊鋰業佈局了世界上兩處大規模低成本、高品位的鋰資源，是世界上少數幾個同時擁有高質量硬巖鋰礦和鋰鹵水礦的企業之一。依託於此，公司能夠為鋰化合物生產提供充足、穩定的原材料。

目前，天齊鋰業在四川、江蘇、重慶、西澳洲等地均建設有鋰化合物生產工廠，其中，在四川省的射洪、江蘇省的張家港及重慶的銅梁的生產工廠總產能達44,800噸。另外，公司還預計在四川省遂寧市建設碳酸鋰生產工廠，並計劃擴大重慶銅梁工廠的金屬鋰產能。當所有工廠完全建成並投入使用時，公司的鋰化合物年總產能將超11萬噸，進一步鞏固自身的行業地位。

天齊鋰業在業內已有逾20年的歷史，憑藉顯著的成本優勢和技術優勢、較高的運營效率和盈利能力，公司已與全球和中國的許多卓越的鋰終端用戶建立長期關係。按2021年市場份額計，公司的產品供應給了世界五大大型鋰離子電池製造商中的三家製造商，以及世界十大正極材料製造商的六家。截至2021年12月31日止年度，天齊鋰業收益達人民幣75.98億元，同比增長136.3%，毛利率達61.7%。

未來，天齊鋰業將繼續迎合市場積極情緒，擴張採礦業務、提升鋰化合物及衍生物產能以豐富產品供應。同時，公司還將持續擴大全球業務佈局，與價值鏈上下游的頭部企業建立多種形式的戰略合作夥伴關係，提升自身核心競爭力，為鋰行業發展注入新動力。

# 遠大住工營收穩步增長 近期表現跑贏大市



装配式建築行業香港IPO第一股遠大住工(2163)近期表現跑贏大市，雖然其去年淨利潤大幅倒退，但由於營收穩步增長，可望為遠大住工估值修復提供支撐。

據其年報數據，2021年遠大住工持續經營業務收入約30.59億元人民幣，按年增長21.8%。其中PC構件製造業務收入約26.95億元人民幣，按年增加11.4%；模組化整合式產品製造業務於2021年7月開始批量試生產，年度收入約為人民幣8200萬元。另外，經營活動所得現金淨額為8.07億元人民幣，按年增344%，說明現金流維持充沛。

另一方面，遠大住工早前亦公佈2022年首季業務定單情況，PC構件製造業務新簽合同總金額為5.95億元人民幣，較去年同期下降48.8%；未完成合同總金額為66.81億元人民幣，按年增長11.39%。模組化集成產品製造業務新簽合同總金額為2990萬元，未完成合同總金額為8270萬元。

雖然業務有望復甦，但去年遠大住工也存在毛利率和淨利潤下滑的問題，業績有待進一步改善。而且現時大市不穩，後市能否突破並站穩60天線仍是個未知之數。但遠大住工股價於3月14日發佈盈警後，股價開始穩步回升，反映市場應已消化相關不利因素。

# 同心抗疫共渡難關 九台農商銀行 引金融活水傾力幫扶中小微企業



近期，國內疫情形勢再次趨於嚴峻，已經波及多個省市，其中吉林疫情較為嚴重，引發了人們的廣泛關注。本輪疫情給吉林省經濟和社會發展帶來了較大影響，一些企業特別是中小微企業生產經營面臨不少困難。

為切實幫助相關行業和企業克服困難、恢復發展，九台農商銀行（「公司」，股份代號：06122.HK）精準問需，創新融資產品，開闢綠色通道，通過特事特辦、急事急辦、減費讓利等多舉措幫助受疫情影響的中小微企業渡過難關，與廣大企業同心抗疫，為區域經濟復蘇和發展提供了強有力的金融支撐。

## 全力支持復工復產 有效緩解企業燃眉之急

受疫情影響，各行各業復工復產和生產經營面臨挑戰，特別是一些食品加工、餐飲、實體零售行業，普遍存在原材料短缺、還款難等問題。面對眾多難題，九台農商銀行第一時間深入小微企業生產一線，深入調研復工復產後的生產經營情況，切實做好客戶精準幫扶工作，持續推出人性化政策，紓解小微企業生產和經營停擺之困。

例如，今年4月初，長春一家知名連鎖餐飲企業遭受疫情衝擊，營收急劇下降，企業一籌莫展。了解到客戶困難後，九台農商銀行主動與客戶對接，僅3個工作日就為客戶辦理好了續授信，極大地緩解了企業的經營壓力。

此外，對於吉林省內企業面臨的原料短缺問題，九台農商銀行積極滿足相關企業的金融服務需求，確保企業進口結算渠道暢通，以達成穩外貿、促復工的目的。同時，針對受疫情影響嚴重的小微企業，九台農商銀行還採取特殊政策，為企業辦理展期2個月，並在不抽貸、斷貸、壓貸的基礎上，主動做到「能續盡續」、「能轉盡轉」，幫助小微企業渡過資金難關，有效緩解了企業的燃眉之急，得到了當地小微企業的高度肯定。

## 積極推出創新產品 助力養殖戶生產發展

當前，疫情雖然得到了有效控制，但也給種養市場帶來較大衝擊，特別是「供應難、養豬難」問題凸顯，部分畜牧養殖戶面臨資金鏈斷裂的巨大壓力。

例如，農安縣雙馬養殖有限公司受疫情影響，各類成本大幅提高，面臨很大的資金壓力，急需金融機構給予支持。九台農商銀行了解到這一情況後，連夜通過「綠色通道」完成授信審批，次日一早一筆3000萬元的流動貸款資金就劃入到了企業賬戶，解決了該公司的資金難題。

這只是九台農商銀行助力養殖戶生產發展的一個縮影。事實上，自去年創新推出「九牧寶」活體抵押貸款產品以來，九台農商銀行目前已為全省200餘個養殖戶和大型養殖企業投放貸款資金近4億元，已然成為服務中小微經濟體、服務區域經濟不可或缺的力量。

## 多舉措貢獻金融力量 促進小微企業茁壯成長

為及時保障相關企業、民生領域企業迫切的資金需求，近期，九台農商銀行還對部分小微公司展開了實地調查，調研的企業中，涵蓋了食品生產、農業養殖、超市賣場等各類民生領域。

目前，通過實地調查，九台農商銀行已主動對接企業312戶，為60家企業「量體裁衣」制定融資方案，與200餘家醫藥器械、食品生產加工以及種養企業建立了聯繫；發放抗擊疫情和復工復產貸款超4億元，受理無還本續貸業務10筆，涉及貸款金額2.01億元；受理延緩還款付息申請261戶，涉及貸款金額290.06億元，減免利息近100萬元。九台農商銀行用實際行動為吉林省疫情防控 and 復工復產貢獻了「金融力量」，為中小微企業不斷發展壯大增添了充足的信心與底氣。

值得一提的是，在疫情期間，九台農商銀行主動梳理轄區內從事與防疫抗疫相關的企業客戶，主動對接需求、靠前服務，根據客戶的實際情況，送出包含上門辦理業務、減免利息及手續費、貸款延期等金融服務的「抗疫大禮包」，為保障民生與支援抗疫貢獻了重要的金融力量。

中小微企業是國民經濟和社會發展的生力軍，在擴大就業、推動技術創新、改善民生等方面都具有不可替代的作用。未來，九台農商銀行將緊緊圍繞高質量發展的總目標，持續增加信貸投放，為中小微企業提供豐富而優質的金融服務，繼續引金融「活水」助其強健根基、茁壯成長，加快區域經濟產業結構升級。

# 積極拓展物業管理業務 信基沙溪股價谷底反彈



自去年7月份以來，恆生指數表現持續低迷，從最高28859.02點到今年3月份最低18235.48點，跌36.81%。近期雖有所反彈，但總體弱勢不減。5月23日，受騰訊業績不達預期影響，港股科技股走低，拖累恆指下行，截至收盤，恆指下挫247.18點，跌1.19%，報20470.06點。後市若恆指未能在20,000點之上企穩，則可能再次下探，在19,500至20,000點之間繼續整固。

具體到酒店用品業，2020年以來，受到疫情影響，酒店行業受挫嚴重，導致酒店用品滯銷，給酒店用品行業業績帶來不利影響，信基沙溪(3603.HK)作為中國酒店用品龍頭自然首當其衝受到衝擊。最新年報數據顯示，2021年，信基沙溪營業收入同比減少7.1%，並出現經營虧損。

但值得注意的是，信基沙溪物管業務收入實現了同比正增長。數據顯示，於2021年，該公司物業管理服務收入同比增加15%，達約人民幣3,020萬元。這也說明信基沙溪向物業管理服務傾斜的發展戰略已經開始顯露成效。

今年3月份，信基沙溪再次收購廣州信基優享物業有限公司、佛山信基優享商業服務有限公司2家物管企業，持續拓展物管業務。此外，信基沙溪還表示計劃通過進一步投資資源或收購合適目標擴展物業管理業務。考慮到物管行業具備較強的抗週期屬性，且能帶來穩定的收入來源，隨著信基沙溪在物管行業的深入拓展，分析人士認為其長期業績表現或將得到改善，並在未來股價走勢中得到體現。

從股價表現看，信基沙溪於4月27日出現異動後探底回升，目前呈震蕩上行態勢，風險基本釋放完畢，料後市下行空間有限。從均線來看，雖然整體仍處空頭格局，但短線持續谷底反彈，按5月23日收盤價0.335港元計，已較底部0.13港元回升157.69%。

# 味千2021年扭虧轉賺2094萬元人民幣 派息0.08元人民幣

## Summary:

On the evening of March 2, 2022, Ajisen (China) issued an announcement saying that Ajisen will turn losses into profits in 2021, and the profit attributable to shareholders of the company will be 20.94 million yuan, which is equivalent to the expected net profit of 5 million to 40 million yuan previously issued by the company. In the range slightly below the middle of the RMB, compared with the loss of RMB 77.868 million in the same period in 2020, a final dividend of RMB 0.08 will be distributed.

2022年3月2日晚間，味千(中國)发布公告，味千2021年扭虧為盈，公司股東應佔溢利2094萬元人民幣，相當於此前發盈喜預計純利500萬至4000萬元人民幣的中間略以下範圍，相對2020年同期虧損7786.8萬元人民幣，派末期息0.08元人民幣。

味千指，收入上升，扭虧為盈，主要由於集團餐廳逐漸從新冠疫情中恢復，餐廳營運天數增加，但由於疫情仍然反復，令收入恢復未如理想。期內，集團營業額約人民幣19.96億元人民幣，按年增長9.6%，其中餐廳業務收入為18.8億元人民幣，升10.5%。毛利率由71.7%升至73.1%，主要由於同期豬肉價格有所下調所致。

集團預期疫情對餐飲業影響仍會持續，市民消費模式亦逐漸改變，外賣用戶大幅增長，因此集團亦順應市場之變化，加強外賣推廣，以減少疫情對集團收入的影響。

1968年，創始人重光孝治先生在日本九州熊本縣開了第一家味千拉麵店，因帶著將這碗美味濃郁的“骨湯拉麵”與千人分享的美好願望，將拉麵店取名為“味千拉麵”。1996年，第一家味千拉麵在中國香港開業，開創了國內日式拉麵的先河。同時，在國內引入日本中央廚房大骨熬湯的工藝，保證了如一的品質。無論在哪裡，走進味千門店，都能吃到一碗日式正宗的大骨熬湯拉麵。2007年3月30日，味千(中國)控股有限公司，在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主機板上市，強大的資金支持為集團的迅速擴張注入新活力。味千拉麵作為日式拉麵的代表受到中國消費者歡迎，餐廳位置遍佈中國主要城市和中國香港的黃金地段，成為餐飲業的知名品牌。



# 遠東發展有限公司(於「Questar Awards 2022」中榮膺五項大獎



Far East Consortium International Limited (“FEC” or the “Group”) is pleased to announce that it has won five awards at the “Questar Awards 2022”, with its Annual Report garnering the Gold Award in the “Interactive Annual Report: Overall Presentation – Asia/Pacific ” category. These awards fully demonstrate the Group’s outstanding performance in visual communications, as well as its creativity, concept, content, and transparency in its Interactive Annual Report, ESG report and Corporate Video.

遠東發展有限公司(「遠東發展」或「集團」；股份代號：35.HK)欣然宣佈，於「Questar Awards 2022」中榮膺五項大獎，其企業短片更於「互動式年度報告 整體介紹-亞太地區」類別中榮獲金獎，充份顯示集團於交互年度報告、企業社會責任報告和企業視頻中的視覺傳播、創造力、概念、內容及透明度等範疇上均有傑出的表現。

遠東發展在交互年度報告和企業視頻中加入多種創新的元素，充份彰顯集團在與持份者建立友好關係中時刻保持先鋒者與潮流引領者的雄心。遠東發展透過互年度報告、企業社會責任報告和企業視頻清晰表達其針對「亞洲足跡」的戰略定位，為持份者塑造優越價值及實現可持續增長的承諾。

是次集團共榮獲的五項獎項列明如下：

| 類別               | 獎項 |
|------------------|----|
| 交互年度報告 整體介紹-亞太地區 | 金獎 |
| 企業：視頻講故事         | 銀獎 |
| 企業：視頻活動          | 銅獎 |
| 企業：可持續發展/企業責任    | 銅獎 |
| 交互年報：企業社會責任報告    | 銅獎 |

# 上實環境公佈2022年首季度答卷： 業績表現亮眼 營收淨利雙增

## Summary：

Recently, SIIC Environment (00807. HK), China's leading water environment company, released its first quarter results report of FY2022. According to the report, depending on its unique strategic positioning and business model, SIIC Environment strengthened its main business operation, steadily developed its business scale, continually improved its profitability, and achieved good business results. According to the data of the first quarterly report, in the first quarter of 2022, the total revenue of SIIC Environment reached RMB1.785 billion, representing a year-on-year increase of 10.1%; the net profit attributable to shareholders amounted to RMB176 million, representing a year-on-year increase of 9.8%; the gross profit was RMB578 million, representing a year-on-year increase of 4.5%, and the profitability continued to improve.

近期，上海實業環境控股有限公司(以下簡稱「上實環境」，香港股份代號：00807.HK)發佈2022財年第一季度業績報告。期間內，上實環境穩步推進各項業務發展，經營狀況全面向好，交出了一份令人滿意的「成績單」。

公告顯示，2022年一季度，上實環境實現總收入達17.85億元，同比增長10.1%；歸屬於上市股東的淨利潤1.76億元，同比增長9.8%；毛利5.78億元，較去年同期上升4.5%，充分展現了上實環境穩健的增長性。

報告期內，上實環境憑藉自身獨特的戰略定位與商業模式，持續完善長三角地區戰略部署，加強主業經營，並繼續保持與各地方政府的密切合作，有序推進各

項目提標擴建工作。一季度，上實環境共有6個污水處理項目完成提標、擴建並進入商業運營，合計設計處理規模90萬噸/日，其中5個項目位於長三角地區。

伴隨著項目的擴建以及技術升級帶來的效率提升，上實環境污水處理量和污水處理水平不斷增加。2022財年第1季度，上實環境的污水處理量達到593,226,000噸，同比增長2.9%；供水水量達到73,958,000噸，同比增長4.0%。處理費方面，第1季度平均污水處理費由去年同期的人民幣1.63元/噸上升至人民幣1.67元/噸，同比增長2.6%；平均供水水價同比輕微下降0.7%至人民幣2.49元/噸。

除了不斷鞏固水務業務優勢外，目前，上實環境固廢重點項目上海寶山再生能源利用中心正在積極建設之中，預計將於年內實現投產。項目建成後，預計每日產能將達到3,800噸，每年可發電8億度，顯著提升該公司固廢板塊收入。

展望未來，城鎮化率的提升、環保趨嚴仍將驅動水務市場及固廢處理市場長期增長。上實環境作為中國水務行業的領先公司，已經實現了覆蓋全產業鏈的業務佈局，未來，伴隨著行業的持續增長，有望持續拓寬其收入來源，繼續保持領先優勢，迎來規模經營的增長機遇。





# 深耕青年消費群體推進品牌年輕化 碧生源不斷煥發新活力

## Summary:

As one of the leading enterprises in healthcare management, Besunyen is well aware of the importance of brand rejuvenation for enterprises. Only with sufficient fresh power can enterprises create more value. Brand rejuvenation has become one of the important way for brand development and vitality. Therefore, Besunyen accelerates the process of brand rejuvenation, actively integrates into young people groups, and establishes emotional links with them, so as to further cultivate young consumers and spread its brand through multiple channels. Under the dissemination of various channels and ways, the brand concept and product requirements have effectively reached the major universities and departments across the country, covering more than 15 million college students. Besunyen's brand has been widely exposed, and has been effectively promoted among the Generation Z, helping the company take an important step on the road of brand rejuvenation.

近年來，伴隨著消費者健康意識的提高，以及人們對追求美好生活的內在渴望，大健康產業持續向好，與此同時，隨著90後、00後年輕世代崛起成為主流消費群體，讓各大品牌開始跟隨年輕世代的喜好調整自己的營銷策略，通過更新的方式吸引年輕消費群體。這其中，家喻戶曉的經典品牌——碧生源在近些年不斷向年輕人發力，逐漸脫穎而出。

據了解，碧生源控股有限公司（「公司」，股份代號：926.HK）是中國功能保健茶領域的領先供應商，主要從事功能保健茶及藥品的研究開發、生產、銷售及推廣業務。公司深耕大健康領域二十餘年，近年來在品牌年輕化方向上不斷突破，推出的纖纖茶、常菁茶、奧利司他膠囊等產品，滿足了年輕世代對於新奇產品的喜好以及對於潮流文化的追逐，深受年輕消費者的喜愛。

## 品牌年輕化進程持續加快 品牌曝光率有效提升

作為健康管理引領者，碧生源深知品牌年輕化對於企業的重要性，只有擁有足夠的新鮮力量，企業才能創造出更多的價值，品牌年輕化已然成為品牌發展、保持生命力的必經之路。

於是，碧生源加快品牌年輕化的進程，積極融入年輕人群體，真正和年輕人玩到一起，和他們建立情感連結，從而進一步深耕青年消費人群，借助多個渠道傳播自己的品牌。

牽手學院獎，是碧生源品牌年輕化戰略的重要一環。2009年，碧生源與學院獎首度牽手，引發一場席卷全國的青年人群對話，打造國內高校內容營銷生態圈。

在各種渠道和方式的傳播之下，品牌理念及產品訴求有效觸達到全國各大高校院系，覆蓋1500萬以上在校大學生。碧生源的品牌得到了廣泛曝光，品牌聲量在00後人群中得到有效提升，助力公司在品牌年輕化路上邁出重要一步。

## 深耕青年消費群體 品牌年輕化路徑實現閉環

品牌巡講，是碧生源推進品牌年輕化的又一經典營銷策略和渠道。2022年3月24日至4月28日，碧生源走過華東、華北、華南、東北、西南、西北、華中等地區高校，覆蓋33個省市、1000+高校，開展了12場區域性、2場全國性的品牌巡講，20萬高校師生在線上聆聽碧生源講解。

在14場直播巡講中，碧生源以親切溫和的姿態積極對話20萬高校師生，與大學生群體深入溝通，營造出愉快的互動氛圍，讓學生主動感知、汲取品牌信息，也讓品牌理念突破年輕人的心理防線，真正觸達年輕人心智，從而引導年輕消費者們主動參與到品牌的內容共創中，使得品牌與大學生之間的圈層壁壘被打破，彼此之間的距離迅速被拉近，進一步強化了碧生源的品牌價值，提升年輕人對於該品牌的忠誠度。

此外，碧生源與學院獎的合作還緊緊跟隨企業的發展戰略，每年推出的創意策略命題與企業同步，吸引學子目光。自碧生源攜手學院獎以來，學院獎深度覆蓋全國超1800家院校，每年約擁有1500萬參賽學生，年度60萬創意新作，1000萬創意作品庫。14年的創意沉澱，讓碧生源累積起數以千計的優秀創意作品，也讓公司的品牌年輕化路徑達成閉環，賦予品牌以新的活力，讓其煥發新的生機，同時也佐證了品牌年輕化的重要性。

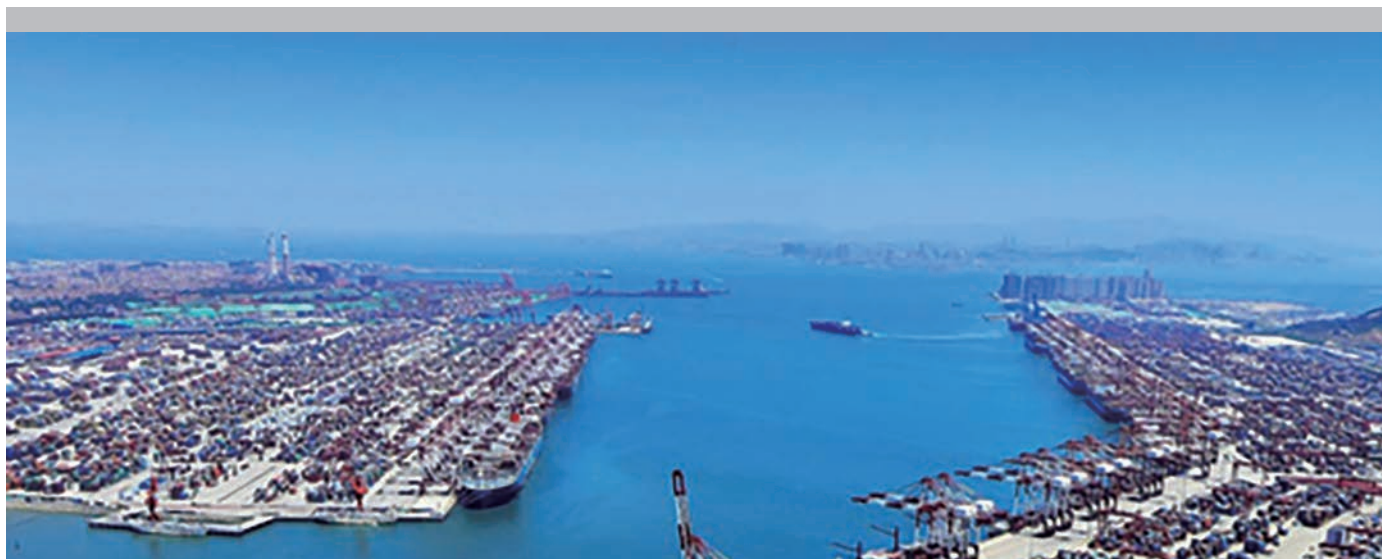
## 行業空間廣闊品牌潛力巨大 未來成長空間可期

中長期來看，隨著中國居民人均GDP及健康需求的不斷上升，疊加年輕消費者在保健食品消費理念和消費意願上的根本性轉變，大健康領域依舊擁有廣闊的發展前景以及很大的上升空間。與此同時，2.6億的「Z世代」已經強勢佔領互聯網平台，成為影響主流輿論、引導主流聲音、佔據消費市場的中堅力量，蘊含著無限商機。

碧生源作為大健康領域的龍頭企業，憑藉其在藥品、保健食品、醫療器械及普通食品方面的全產業鏈佈局，具有創新力和競爭力的產品以及堅持年輕化的營銷策略，有望不斷保持新的活力與生命力，享受行業高速發展的紅利，充分釋放品牌潛力，未來成長空間值得期待。



# 日照港裕廊(06117)全年度純利1.68億元人民幣升11%派息2.4分，三月與山東港口航運集團訂立山東港口航運集團協議



Rizhao Port Jurong Co., Ltd. is a Sino-foreign equity joint venture limited company established by Rizhao Port Group and Jurong Port on March 17, 2011. It operates four berths and lease out 4 berths, with a total designed annual throughput capacity of 18.1 million tonnes. It is the largest port for grain and woodchip imports in China in terms of 2018 throughput. The port is equipped with highly automated conveyor belts, pipeline systems, and industry-leading grain silos storage. Since its formation, We have received numerous awards during the Track Record Period.

山東港口日照港裕廊股份有限公司是山東港口日照港第一家中外合資的碼頭裝卸公司，於2019年6月在香港聯交所主板掛牌上市(股票代碼：6117.HK)，主營糧食、木片等貨種的碼頭服務業務和鐵路貨物運輸代理等延伸服務，進口糧食吞吐量連續兩年突破1000萬噸，是全國最大的大豆、木片進口港，也是全國唯一具備兩條千公里過境鐵路(瓦日鐵路、新菏兗日鐵路)直通港區的沿海港口。裕廊公司依託山東港口一體化改革發展平台，服務腹地縱深廣闊，運輸需求旺盛，集疏運高效便

捷，輻射面積超300萬平方公里，輻射人口超過全國總人口的1/3，並與國內央企、國際四大糧商及優質民企等百余家重點客戶建立了穩定的業務關係。

日照港裕廊(06117)發佈2021年業績，公司的收入為人民幣7.58億元，較去年同期增加23.3%；股東應佔溢利淨額為人民幣1.68億元，較去年同期增加11.4%；每股盈利為人民幣10.14分，建議向股東派付末期股息每股人民幣0.024元(含稅)。公告稱，收入增加主要是客戶合約收入增加收入人民幣1.39億元，物業租賃增加收入人民幣447.6萬元。

今年三月初，日照港裕廊公告，於2022年3月3日，公司與山東港口航運集團訂立山東港口航運集團框架協議，據此，公司同意向山東港口航運集團提供裝卸、中轉、倉儲服務及公司可能不時向山東港口航運集團提供的其他港口相關服務，期限自2022年3月3日起至2024年12月31日止。

# 瑞爾集團獨辟發展蹊徑： 專注一流服務 締造一流品牌

Summary :

Arrail Group continues to explore and practice the service concept of "customer as family", deeply implement the 5A service policy from the aspects of clinic environment, internal management, work efficiency and service quality, bring customers new experience of high-quality oral medical service, and set up a benchmark for private oral medical service enterprises in the industry. By constantly promoting the upgrade of medical services, Arrail Group can provide customers with a more comfortable, safer and more accurate one-stop medical experience, so it also gains the rapid growth of loyal customers and the continuous improvement of customer reputation. In the past ten years, Arrail Group has served about 7.4 million patients and accumulated a growing loyal customer base. For the six months ended September 30, 2021, the return visit rate of Arrail's loyal customers was 47.6%. In the future, Arrail Group will continue to improve the technology and service, with high-quality brand service, constantly conquer the market, to become the first-class brand of oral medical service industry, strong lead the development of the industry.

近年來，隨著人們口腔健康意識的提升，中國口腔醫療服務市場需求旺盛，推動行業快速增長。根據弗若斯特沙利文報告，中國口腔醫療服務市場規模預計到2025年達到人民幣2998億元，2020年到2025年復合增長率高達19.9%。



如何在這個具有廣闊發展前景的市場中脫穎而出，打造出深受消費者信賴的好品牌，瑞爾集團探索出自己的一條健康發展之路，那就是將用戶體驗放在首要位置，以顧客為中心，憑藉卓越的醫生團隊以及專業的口腔醫療團隊，為廣大顧客提供專業、個性化口腔醫療服務，從深耕服務品質上構建優質客戶口碑。

在醫生團隊方面，瑞爾集團通過自主培養和外部引入的方式，建立一個龐大的牙醫團隊，為客戶提供優質服務。截至2021年9月30日，瑞爾擁有882名經驗豐富的全職牙醫，其中50.7%以上的全職牙醫具有碩士或以上學歷，且許多牙醫擁有主治、副主任和主任醫師等職稱及資質，38.5%的全職牙醫擁有10年以上的行業經驗。

在口腔技術方面，瑞爾集團經過多年沉澱和創新，掌握了行業領先的口腔修復精尖技術。同時，瑞爾集團還通過開展各類國內及國際學術交流活動，提升自有團隊專業水平，同步國際前沿、高標準的診療技術和理念。此外，公司還不斷引進國外醫療設備，科學地開展各類修復、正畸、種植、牙體牙髓等多學科診療活動，為客戶帶來舒適診療體驗。

在數字化口腔診療服務上，瑞爾集團積極佈局數字化體系的臨床應用，通過利用數字化設備和軟件，瑞爾醫生能夠提前優化前期設計，精確控制好誤差，大為降低了手術風險；同時，能夠根據顧客每一個階段的治療狀況，隨時進行調整，從而提升治療效果，為客戶帶來更高質量和更加高效的口腔醫療服務。

此外，瑞爾集團持續探索和實踐「顧客即家人」的服務理念，從診所環境、內部管理、工作效率以及服務品質等維度，深入落實5A服務方針，給客戶帶來優質的口腔醫療服務新體驗，也為民營口腔醫療服務企業樹立了行業標桿。

通過不斷推動醫療服務升級，瑞爾集團能夠為顧客提供更舒適、更安全、更精準的一站式診療體驗，因此也收穫了忠實客戶的快速增長和客戶口碑的持續提升。過去十年，瑞爾集團已累計服務患者約740萬人次，積累了不斷增長的忠實客戶群。截至2021年9月30日止6個月，瑞爾集團忠誠客戶複診率為47.6%。

口腔醫療服務市場是一條黃金賽道，但同時也是一片競爭激烈的紅海。如今，瑞爾集團憑藉一流的服務，為客戶帶來極佳的用戶體驗，在客戶中建立了良好的口碑，形成了滾雪球般的品牌效應，為公司長期健康增長奠定了堅實的根基。未來，瑞爾集團也將繼續精進技術及服務，用優質的品牌服務，不斷征服市場，做口腔醫療服務行業的一流品牌，強勢引領行業發展。

# 神冠控股公佈2021年業績： 產品多樣化發展加速 歸母淨利潤增長35.1%



在保持穩定發展的同時，神冠控股堅持以豐厚的派息積極回饋股東，多年來堅持每年派息。自上市以來，神冠控股堅守為股東創造長期、穩定、增長回報的發展理念，高度重視股東回報工作，通過制定積極、穩定的派息政策，實現公司整體利益及股東利益最大化。2021年末期息仍然豐厚，連同末期特別息，每股派息為港幣6仙。

## 抓機遇推新品腸衣銷售量創五年新高

2021年，中國經濟延續復甦態勢，作為拉動經濟增長的三駕馬車之一，居民消費也持續增長。國家統計局數據顯示，2021年，社會消費品零售總額達人民幣44.1萬億元，比上年增長12.5%。其中，在諸多消費中佔據絕對主力的各種肉類產量也大幅增長，進一步推動了包括膠原蛋白腸衣產業等中上游產業的發展。

作為中國膠原蛋白腸衣產品重點企業，神冠控股圍繞著「抓機遇推新品，全面開創產品多樣化新業績」的指導思想，積極調整營銷策略，緊跟市場發展步伐，持續拓展膠原蛋白腸衣市場，全面啟動新產品生產和銷售，取得了良好的經營成果。

面對行業的發展機遇，神冠控股（股份代號：0829.HK）加快推進產品創新，不斷豐富「一體三翼」產業佈局，經營業績持續提升。2021年，神冠控股實現收入約人民幣1,168,100,000元，同比增長約21.5%。盈利方面，神冠控股實現毛利約人民幣310,500,000元，同比增加約29.9%；毛利率為約26.6%，較2020年的24.9%上升1.7個百分點；公司擁有人應佔盈利約為人民幣122,700,000元，較2020年同期大幅增加約35.1%。

2021年內，神冠控股膠原蛋白腸衣新產品包括小口徑腸衣、大口徑腸衣、仿高級天然腸衣等市場逐步得到擴大。其開發出的仿高級天然腸衣新產品逐步得到了廣大客戶的認同，此外，神冠控股還擴大了所供應的腸衣口徑範圍，腸衣口徑從原來的13mm至50mm擴大到10mm至50mm，腸衣銷售量和收入較二零二零年實現大幅增長，並創下了五年來的新高，進一步鞏固了神冠控股在中國膠原蛋白腸衣市場的地位。

## 「一體三翼」大健康產業佈局已見成效經營效益明顯提升

在立足膠原蛋白腸衣產業的同時，神冠控股不斷創新優化產品，向產業多樣化發展。近年來，神冠控股將目光瞄準大健康產業市場，充分利用自身領先的膠原蛋白技術，將業務觸角拓展至膠原蛋白食品、保健品、化妝品、醫療用品、生物材料等多品類。

2021年，神冠控股下屬核心子公司梧州神冠蛋白腸衣有限公司正式更名為廣西神冠膠原生物集團有限公司，這標誌著神冠控股從膠原蛋白腸衣到膠原生物，從單一的腸衣產品，發展到膠原蛋白食品、膠原蛋白護膚品、膠原蛋白醫療器械等「一體三翼」的大健康產業佈局再向前跨進一步。

得益於行業的持續增長，神冠控股通過膠原蛋白技術升級與創新運用，實施多元化發展戰略，著力打造膠原蛋白產業鏈，其所構建的「一體三翼」產業佈局預期將為其未來發展注入更大發展動力，打開新的增長空間。

# 新華文軒以提高品質為工作生命線 打造新時代出版精品

Summary:

In order to support the improvement of the public cultural service system and improve the level of public cultural services, the Ministry of Finance issued subsidy funds from the central government to support the construction of regional public cultural service systems in 2022. In the first quarter of 2022, the main revenue of Xinhua Winshare Publishing Unit increased by 10.07% compared with the same period of last year, and the target completion rate of retail sales scale was 20.69%, a year-on-year increase of 13.26%, achieving the expected target. Sichuan Institute of Education and Xinhua Winshare have reached a strategic cooperation to further enhance the service education capabilities of both parties. In addition, in order to thoroughly study and implement the spirit of the 「Opinions on Promoting the Work of Ancient Books in the New Era」 of the government, Xinhua Winshare held a symposium on the work of ancient books to provide guidance for advancing the work of ancient books in the new era and promoting the high-quality development of Winshare's publishing.

近來，為支援完善公共文化服務體系，提升公共文化服務水準，財政部下達2022年中央支援地方公共文化服務體系建設補助資金。《出版業「十四五」時期發展規劃》對出版單位提出了「把提高品質作為出版工作的生命線，打造新時代出版精品」的要求，地方出版集團作為我國出版業的骨幹力量重任在肩。

2022年一季度，新華文軒「0811.HK」大眾圖書出版碼洋同比增長10%，銷售碼洋同比下降3%，營業收入同比增長6%。出版單位主營收入較去年同期增長10.07%，應收賬款較年初增長7.04%。零售連鎖事業部銷售規模目標完成率20.69%，同比增長13.26%，實現預期目標，主要得益於時政發行業務和書店ON業務的快速增長。





## 四川省教育學會與新華文軒達成戰略合作

新華文軒長期以來深度參與和支持四川教育改革發展，在全省乃至全國產生了良好影響。5月10日，四川省教育學會與新華文軒就助力四川基礎教育高品質發展以及促進雙方服務教育能力的進一步提升和更大的發展達成合作意向，並簽署了戰略合作協定和項目合作協定。未來，雙方將秉持「優勢互補、精準對接、促進發展、成果共用」的原則，共同探索服務四川教育改革發展的實施路徑、資源支援、服務方式與方法，為四川基礎教育改革與創新、發展素質教育、全面落實立德樹人根本任務等方面貢獻力量。

## 新華文軒召開古籍工作座談會

為深入學習貫徹兩辦《關於推進新時代古籍工作的意見》精神，5月10日上午，新華文軒召開古籍工作座談會。按照兩辦檔精神和省委宣傳部要求，堅持專業分工、效益優先原則，宣導和鼓勵文軒出版單位參與這一輪古籍工作，參會人員深入學習了《關於推進新時代古籍工作的意見》《關於實施中華優秀傳統文化傳承發展工程的意見》等相關檔精神，就如何結合自身的特色、優勢做好新時期古籍工作進行了充分的討論；並從圍繞建立完善工作機制、做好選題規劃、協調資源配置等方面著手，擬定公司層面古籍工作規劃和實施細則，為推進新時期古籍工作、推動文軒出版高品質發展提供指引。

# 山東國信與北清環能簽署戰略合作協議，助力實現「雙碳」目標

Summary :

On April 27, Shandong International Trust Co., Ltd. (1697.HK) and BECE Legend Group Co., Ltd. signed a strategic cooperation agreement. Both parties agreed to cooperate in the fields of carbon asset investment trust and actively help achieve the goals of "carbon peaking" and "carbon neutrality".

4月27日，山東國信(1697.HK)與北清環能集團股份有限公司簽署戰略合作協議，雙方約定將在碳資產投資信託等領域開展合作，積極助力實現「碳達峰」「碳中和」目標。

根據協議，山東國信擬聯手北清環能，在不超過2億元投資上限情況下，優先受讓其開發持有的約600萬噸國家核證自願碳減排量(Chinese Certified Emission Reduction，簡稱CCER)，並由山東國信發起設立CCER碳資產投資信託計劃，最終通過直接出售或者北清環能回購等方式實現信託計劃的投資退出。

此次簽署戰略合作協議，是山東國信深化金融賦能、推動綠色發展的具體行動，標誌著山東國信在碳金融業務創新方麵取得實質性進展，對信託公司攜手綠色能源企業探索綠色金融新業態、構建綠色低碳生態圈具有重要意義。

下一步，山東國信將持續貫徹環境、社會和治理(ESG)理念，深耕綠色信託，進一步完善綠色金融產品和服務體系，為經濟社會綠色低碳轉型發展貢獻信託力量。



**LUCION** 山东省国际信托股份有限公司  
SHANDONG INTERNATIONAL TRUST CO., LTD.

# 佳源服務經營狀況保持穩健 盈利能力持續增強中長期發展向好



佳源服務自身發展看，公司整體經營狀況持續向好。2021年，在行業整體承壓下，佳源服務堅持聚焦主業的同時，秉持「高站位」、「高格局」、「高標準」的理念，建設「樂居健康」的幸福社區，加快發展社區增值服務，實現了高質量發展。

佳源服務通過定制「幸福社區」計劃，以業主主導、物業支持的方式構建不同主題的興趣社群，強化業主粘性，在滿足業主多元需求，為業主創造驚喜的過程中，精準挖掘業主個性化需求，佈局定制化的社區增值服務新業態。

未來，佳源服務將繼續做好市場界面和產品界面的融合，加強市場拓展，深耕區域城市和城市區域，做強優勢板塊和產業，補齊業態短板的同時錨定業主需求的新風口，形成適配不同業態的產品組合，提前佈局新業態、新賽道。

Summary :

Founded in 2004 with its head office located in Jiaxing and deeply rooted in the Yangtze River Delta Area, Jiayuan Services Co., Ltd. is a property management company with national Level 1 qualification. After business operation for more than 18 years, Jiayuan Services has grown out of one of the leading regional property management providers into a mature and comprehensive property management provider with nationwide business with its service covering property. In 2021, China Index Academy authoritatively released Top 100 in China's property services, and Jiayuan Services was ranked at the 29th place.

# 業績扭虧為盈中國華融聚焦 不良資產主業內生發展動力增強



## 清倉華融湘江銀行剝離非主業有效化解金融風險

2021年11月，為響應監管機構對金融資產管理公司逐步退出非主業的要求，中國華融發佈公告稱擬將持有的華融湘江銀行40.53%股權對外公開轉讓。4月19日，轉讓事項取得實質性進展，中國華融稱將該股權在北京金融資產交易所掛牌轉讓，轉讓價格為119.807億元，至此，中國華融成功清倉華融湘江銀行。

近年間，受更趨嚴峻複雜的內外部環境影響，我國經濟發展面臨需求收縮、供給衝擊、預期轉弱三重壓力。從金融風險角度看，部分領域風險存在小幅上行壓力，不良資產率或有所上升，不良資產的相關處置工作也在發揮著更為重要的作用。對此，中國華融(2799.HK)加速回歸主業經營，內生發展動力和市場核心競爭力進一步增強。

據了解，中國華融成立於2012年，為中央金融企業，並於2015年在港交所主板上市。成立以來，中國華融致力於不良資產經營、金融服務業務以及資產管理和投資業務，其中，不良資產經營是公司的核心業務，亦是所有產品業務體系的基礎。新形勢下，中國華融回歸AMC主業勢在必行，專業性和正確性愈發凸顯。

中國華融對旗下控股銀行股權的轉讓工作將有助於及時補充公司資產，以減輕其債務負擔。同時，亦符合「回歸本源，聚焦主業」的既定發展戰略，將資源、資金、資本集中於不良資產發展，能夠進一步提升公司服務實體經濟和化解金融風險的能力。專業人士表示：聚焦主業就要剝離副業，本次轉讓同當前中國華融的經營目標一致，將有效解決其多元化問題，提升公司整體競爭實力。

## 經營業績扭虧為盈瘦身健體取得顯著成效

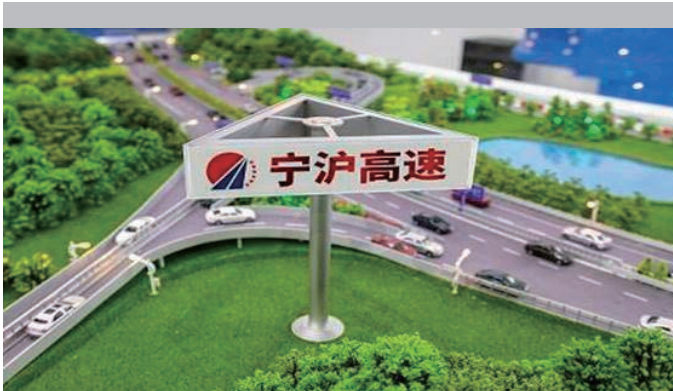
在經濟轉型和「三重壓力」下，信用結構分化、新增融資放緩、到期債務增加等加大了企業信用風險和流動性風險，使得不良資產市場供給增長可期。另外，宏觀調控強調以穩定經濟增長為目標，隨著國家政策寬鬆水平及支持力度的加大，更為資產管理公司不良資產主業提供了有力支撐。

對此，中國華融緊扣「轉型年、攻堅年」總體要求，加大力度落實「化風險、活存量、優增量、強基礎」四大經營業務，主動調整經營策略，加大資產盤活力度，推動主業經營實現結構性、趨勢性改善。如今，正在「回血」的中國華融業務運行平穩，發展基礎更加牢固，控資產、降負債、瘦身縮表效果顯著。

4月27日，中國華融發佈2021年度報告。年報顯示，公司全年實現營業收入931億元，同比增長23.4%；淨利潤達19.86億元，歸屬於公司股東的淨利潤達3.78億元，大幅扭虧為盈。同時，截至2021年末，公司的資產總額達1.57萬億元；淨資產達1040億元，同比增長62%；負債總額為1.46萬億元，同比減少7.2%。

2022年，不良資產市場挑戰與機遇並存，一方面一級市場買賣雙方的市場地位將維持在大致均衡的水平，另一方面區域性金融風險上升為資產管理公司開展不良資產業務帶來新的發展機遇。下一階段，中國華融將繼續堅持不良資產主業，優化自身資產結構，並將持續聚焦「大不良」領域和資源整合，以質量效益為本，謀求高質量可持續發展。

# 甯滬高速精心部署，下好防控「先手棋」



Established in August 1992 with a registered capital of RMB5,038 million, Jiangsu Ning-Shanghai Expressway Company Limited is the only listed company in Jiangsu Province in the transportation infrastructure category. The Company is principally engaged in the investment, construction, operation and management of the Shanghai-Nanjing Expressway and the toll roads in Jiangsu Province owned or participated by the Group, as well as the development of passenger transportation and other ancillary services (including refueling, catering, shopping, automobile maintenance, advertising and accommodation, etc.) along such highways.

江蘇甯滬高速公路股份有限公司成立於1992年8月，註冊資本人民幣50.38億元，是江蘇省唯一的交通基建類上市公司。公司主要從事投資、建設、經營和管理滬寧高速公路及本集團擁有或參股的江蘇省境內的收費公路，並發展該等公路沿線的客運及其他輔助服務業（包括加油、餐飲、購物、汽車維修、廣告及住宿等）。

面對依舊嚴峻的疫情形勢，江蘇寧滬高速公路股份有限公司以最大力度最快速度投入到疫情防控工作中，確保疫情防控體系運轉有序、反應靈敏、執行有力，以「踏石留印、抓鐵有痕」的擔當作為，為打贏疫情防控阻擊戰貢獻「寧滬力量」。

寧滬公司始終以備戰姿態嚴守戰「疫」第一道防線。在疫情來襲時，迅速成立公司疫情防控領導小組，根據實際劃分東、西片區督導組，充分做好突發事件應對，實現疫情防控工作的統一領導、統一部署、統一協調；第一時間組織召開疫情防控視頻部署會議，壓實責任，細化措施，配合地方政府設置疫情防控查驗點，堅決遏制疫情擴散；要求對服務區入口嚴格做好「雙碼一報告」查驗工作，嚴格落實好公共區域等重點場所消毒消殺工作；要求收費站對回收的通行介質堅持「一用一消毒」，針對綠優冷鏈車堅持「一車一消毒」；堅持「人物環境同防」，要求非必要不離開所在地區，減少人員流動，在崗人員嚴格落實「體溫三測」和「四不上崗」原則。

# 華潤萬象生活2021全年實現綜合收入 人民幣 88.75億元，同比增長30.9%



In 2021, the Group further facilitated marketization. By establishing solid management foundation and speeding up business development, all of our core performance indicators experienced rapid growth. On the first anniversary of the Listing, we released our brand value, “leading quality life in urban cities and enhancing space asset value through smart services”, and our brand concept, “Extraordinary MIXC”. All of the above demonstrated a good start of the “14th FiveYear Plan”. The Group realized a consolidated revenue of RMB8.875 billion, an increase of 30.9% YoY and a core net profit of RMB1.702 billion, a significant increase of 108.5% YoY. The Group’s earnings per share relating to core net profit was RMB0.746. The board of directors (the “Board”) of the Company has resolved to declare a final dividend of RMB0.276 (equivalent to HK\$0.339) per share, a significant increase of 109.1% YoY, with an payout rate of 37.0%.

二零二一年，本集團深入推進市場化轉型，夯實管理根基、加速業務佈局，各項核心業績指標高速增長，並於上市週年之際發佈「用智慧服務引領城市品質生活，提升空間資產價值」品牌價值主張及「非凡萬象」品牌理念，實現「十四五」良好開局。全年實現綜合收入人民幣88.75億元，同比增長30.9%，實現核心淨利潤人民幣17.02億元，同比大幅增長108.5%。實現核心淨利潤對應的每股盈利人民幣0.746元。本公司董事會（「董事會」）決議宣派末期股息每股人民幣0.276元（折合每股港幣0.339元），按年大幅增長109.1%，全年派息率為37.0%。

這一年，本集團商管業務在17年不斷探索創新中積累沉澱、韌性生長，確定了「萬象城」、「萬象匯」、「萬象天地」三大核心產品線，全面煥新萬象系品牌體系，持續打造「中國商業運營管理第一品牌」。本集團亦不斷提升運營質量及效率，核心指標穩健增長，旗下在管購物中心全年零售額再創新高，同比增長43.8%，突破千億人民幣，經營利潤率同比提升9.9個百分點，拉動本集團購物中心運營服務收入同比大幅提升85.7%。8個重奢購物中心零售額同比增長39.7%，進一步夯實商業高端市場行業領導地位。同時，本集團商業運營服務版圖再度擴張，管理規模穩居中國商業地產前列，全年新簽母公司商業運營項目11個，於深圳、上海、杭州、瀋陽等城市成功獲取12個優質第三方購物中心項目，守時保質新開12個購物中心，新增首進城市6座。寫字樓業務積極調整租賃策略，搶抓中國經濟轉型升級進程中科技及金融行業大宗租賃需求，高效引入五百強／獨角獸等優質租戶，出租率同比增長11.4個百分點，寫字樓運營及物業管理服務收入同比增長32.5%。截至二零二一年底，本集團購物中心運營及物業管理服務業務佈局68個城市，在營項目71個；寫字樓運營及物業管理業務佈局40個城市，在營項目25個。

展望二零二二年，本集團將以「十四五」發展戰略為引領，堅持「城市品質生活服務平台」戰略定位，堅持高質量發展主線，搶抓機遇、錘煉內功。物管業務將抓住行業機遇，加大拓展力度，做好投後整合；繼續夯實高品質服務力、提升經營效率，強化「萬象服務」品牌，持續推動「城市空間運營服務商」轉型。商管業務承接好母公司優質項目資源，積極外拓搶佔市場份額，強化城市深耕和網絡化佈局；不斷提質增效，持續鞏固行業領導地位。同時，加強科技賦能與空間運營，年內構建跨場景、一體化的大會員體系，實現跨業態客戶交叉引流，提升客戶體驗，賦能業務發展。



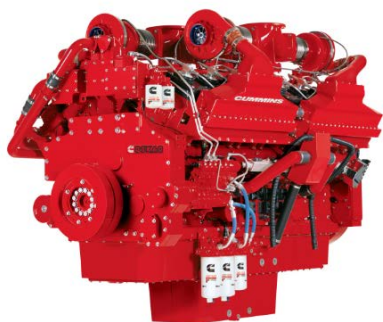
# 重慶機電年度業績實現強勁增長 與康明斯續簽合資合同攜手共進再出發



2021年，集團緊緊把握市場機遇，積極克服原材料價格上漲、材料及能源供應短缺、市場競爭惡劣、新冠疫情反復等諸多不利因素，聚焦清潔能源裝備、高端智能裝備兩大核心主業，以擴大內需為基點、製造業設備更新和技術改造投資等新機遇，全力以赴開拓市場，堅持創新驅動，提升集團可持續發展潛力，整體取得了超出預期的成績，全面完成預期年度目標。

## 與康明斯續簽合資合同攜手共進再出發

展望2022年，集團將抓住智能製造快速發展機遇，大數據智能化引領創新驅動。5月17日，重慶機電基於雙方互信，優勢互補、共同發展，在此前已有27年的合資合作的基礎上，以視頻連線「雲簽署」的方式續簽了重慶康明斯發動機有限公司(以下簡稱重慶康明斯)合資合同，共同推動重慶康明斯的可持續發展，標誌著重慶機電與康明斯深化長期友好的戰略合作邁出重要一步。



## 2021年度業績實現強勁增長

2021年，重慶機電股份有限公司(下稱「重慶機電」或「公司」；股份代號：02722.HK)實現總收入人民幣7,410.6百萬元，同比增長16.4%；毛利約人民幣1,488.3百萬元，同比增長13.2%；毛利率約為20.1%，比去年基本持平。股東應佔利潤為約人民幣296.5百萬元，同比增長62.0%，每股基本盈利約人民幣0.08元。

簽約儀式上，雙方簽訂了修訂和重述的合資合同和公司章程以及相關附屬協議，肯定了近30年合作成果，規劃了共同發展方向，明確將雙方合資期限延長至2040年，持股比例及分紅比例保持不變；並根據《中華人民共和國外商投資法》《中華人民共和國公司法》等法律法規最新要求，按照對等原則對重慶康明斯法人治理結構進行必要優化，向重慶康明斯導入新資源等內容。

未來，重慶機電與康明斯將持續深化合作關係，強強聯合，攜手共進，向重慶康明斯導入新產品、新項目、新業務等，使其獲得持續發展的能力，成為具有全球市場競爭力的獨立運營企業，繼續為股東雙方創造卓越的投資回報，為其他利益相關者創造良好的、可持續的價值。

In 2021, Chongqing Machinery & Electronics Holding Group achieved a strong growth in 2021, realizing total revenue of RMB7,410.6 million, an increase of 16.4% year-on-year, and gross profit of approximately RMB1,488.3 million, an increase of 13.2% year-on-year. In 2021, the Group tightly grasped the market opportunities and actively overcame many unfavorable factors such as rising raw material prices, shortage of material and energy supply, harsh market competition and recurring of Covid-19. On May 17, 2022, based on mutual trust, complementary advantages and common development, CQME renewed the joint venture contract with Chongqing Cummins. It marks an important step in deepening the long-term friendly strategic cooperation between CQME and Cummins.

# 領地控股：著眼未來，數字騰飛

5月，在中央寬鬆政策的加持下，市場呈現回升企穩跡象，各地的穩樓市政策密集出台，不斷給市場注入信心。目前來看，政策已經在局部區域收到效果。據不完全統計，5月以來已有超過60個城市推出穩樓市政策，以提高公積金貸款額度和降低首付比例為主。與此同時，首套房貸利率優惠和5年期LPR下調，使得政策端對樓市調整達到了新高度。

沉寂多時的房地產市場，正在政策推動下悄然蓄力。領地控股集團有限公司(以下簡稱：「領地控股」)(6999.HK)憑藉前瞻性與戰略定力在下行週期中展露頭角。2021年，領地控股實現收益約人民幣150.55億元，同比增長14.4%；毛利約人民幣29.08億元，毛利率19%，保持穩健態勢。領地控股堅持深耕戰略，實現了內生性增長，核心競爭力得到進一步夯實。過去一年，領地控股合約銷售金額人民幣230.15億元，在港股上市川內本土房企排名第一；合約銷售面積為272萬平方米，回款率高達103%。

近日，領地控股正式發佈「2021環境、社會及管治報告」。ESG報告闡述領地在促進可持續發展方面的成果，詳述其全面實施可持續發展原則方面的各種工作及社會和管治表現。領地控股從環境保護、雇員關懷，經營業務，貢獻社區四大維度踐行ESG價值框架，報告資料證明，領地控股正結合業務優勢，綜合考量綠色增長、碳中和、社會公益、員工治理與企業福利等層面，向打造出業務價值與社會價值同步提升的增長戰略邁進。

在數位化建設服務方面，領地控股積極回應國家號召「加快數字發展，建設數字中國」，緊跟十四五，加快數字建設，構築綠色智慧地產。以智慧家庭、智慧社區、智慧城市延伸並行，目前已為100+社區提供健康美好家雲端服務，為26萬戶家庭提供健康智慧體驗，為40+城市實現戰略合作品牌硬化。



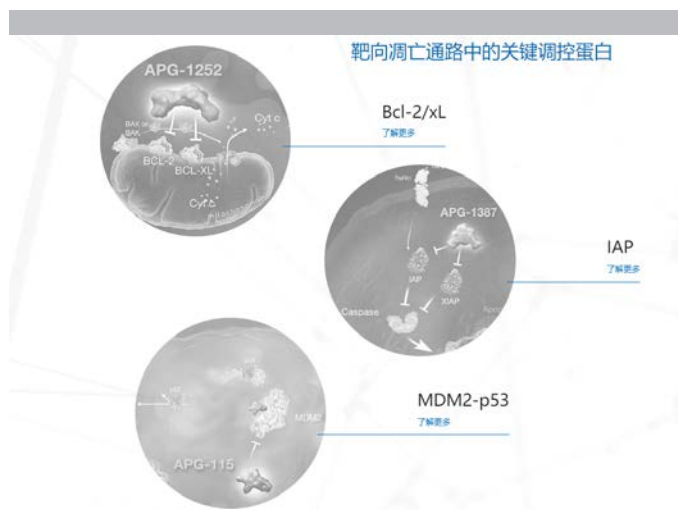
目前領地控股還在探索更多數字化可能性，以最新的大數據、5G、人工智能、雲計算、物聯網為依託，形成線上線下全覆蓋，不斷提升效率，提高服務品質，構建未來理想生活社區。

二級市場上，5月房地產市場呈現企穩好轉跡象，釋放了積極的信號，政策的寬鬆效應已逐步顯現。接下來，在全國疫情好轉以及中央支持房地產市場合理購房需求釋放下，疊加各地寬鬆政策，市場將會繼續回穩。但對於不少購房者來說，疫情對收入和購買力產生的影響仍然有待進一步評估。

Under the blessing of the central easing policy, the market showed signs of recovery and stabilization in this month. In the past year, Leading Holdings Group Limited (hereinafter referred to as "Leading Holdings", 6999.HK), with its forward-looking and strategic determination, will be ranked first in the contracted sales amount of local real estate companies in Sichuan listed on the Hong Kong stock market. Recently, Leading Holdings officially released an ESG report, expounding its achievements and efforts in promoting sustainable development, and moving towards a growth strategy that simultaneously enhances business value and social value. At the same time, Leading Holdings actively responded to the national "14th Five-Year Plan" call, accelerated digital construction, and built green and smart real estate. At present, it has realized the hard core of strategic cooperation brands for 40+ cities.

In the secondary market, the real estate market has released positive signals. With the improvement of the national epidemic and the release of reasonable demand for housing in the real estate market supported by the central government, the market will continue to stabilize. But for many homebuyers, the impact of the epidemic on income and purchasing power remains to be further assessed.

# 奧雷巴替尼或扛起中重度新冠治療大旗，亞盛醫藥按下估值增長加速鍵



As a well-known innovative drug R&D enterprise in China, Ascentage Pharma has been known to investors for its intensive research and development of original innovative drugs and its high growth potential since its listing. In recent years, the company has been steadily advancing in business development, successfully promoting the approval and listing of its core product orabatinib in China.

在當前國內醫藥行業發展形勢下，醫藥工業收入增速整體承壓，且結構上分化愈加明顯，具備全球研發和商業化能力的創新藥、醫療器械、生物製品等正逐漸成為推動醫藥行業前進的主要增長動力。而具有全球創新實力、瞄準國際市場的亞盛醫藥-B(06855)正順應醫藥行業後續發展大趨勢穩步前進。

作為國內知名的創新藥研發企業，亞盛醫藥自上市以來，一直以深耕原創新藥研發以及發展高成長性為投資者所知。近年來，公司在業務發展層面始終穩紮穩打，成功推動了核心產品奧雷巴替尼在國內獲批上市，並實現了細胞凋亡管線研發領域穩步推進，公司內在價值正不斷增厚。

不過就在亞盛醫藥穩步進行創新管線研發時，國際上的一項學術研究成果揭示亞盛醫藥的國產「叁代格列衛」——奧雷巴替尼有望悄悄扛起國內治療新冠癥風暴的大旗。

正值近期世衛組織在四大醫學名刊之一的《英國醫學雜誌》BMJ更新了COVID-19治療的指南，加上國內近日對國產新冠小分子特效藥的關注度急劇上升，多重因素影響下，讓市場目光再度聚焦亞盛醫藥這家生物醫藥細分賽道的龍頭企業上。

此次將亞盛醫藥和奧雷巴替尼「推上熱搜」的是一篇發表在國際權威期刊《EMBO分子醫學》上的臨床前研究文章。研究顯示，奧雷巴替尼可高效抑制新冠病毒變異毒株奧密克戎(SARS-CoV-2-Omicron)誘導的人外周血單核細胞(PBMCs)中細胞因子風暴的產生，進而提示奧雷巴替尼具有治療新型冠狀病毒肺炎(COVID-19)尤其是中重度患者的潛力。

該研究文章指出，在COVID-19患者中有15-20%的患者會出現過度炎癥癥狀，並最終因「炎癥風暴」導致肺部損傷和呼吸衰竭。因此，尋找到能夠抑制細胞因子釋放的潛在治療方法對於治療中重度COVID-19患者至關重要。而奧雷巴替尼正是潛在的治療解決方案之一。

本次研究中，Gujral證實了SARS-CoV-2-Omicron變異種NTD(Omicron-NTD)同樣可以顯著刺激PBMCs中釋放的多種細胞因子，包括IL-1 $\beta$ 、IL-6及腫瘤壞死因子(TNF- $\alpha$ )等。在治療方面，Gujral團隊橫向對比了Ponatinib、JAK抑制劑巴瑞替尼和奧雷巴替尼在抑制Omicron-NTD介導細胞因子釋放上的療效。

# 太保壽險香港舉行線上新品發佈會 愛相傳•終身人壽保險計劃正式亮相



## Summary :

CPIC held a New Product Announcement – eternal love Releasement on 19th of May via on-line conference platform. More than 10 medias join in this event. The new Product eternal love focus on the middle and high-income families, providing assurance and highlighting the wonderful life from the age of 40 to 130, called “wonderful 40 • 130”

5月19日，太保壽險香港舉辦了線上新品發佈會，當天，超過十家企事業單位及媒體參會。活動現場發佈了愛相傳•終身人壽保險計劃，產品圍繞人們日常需求痛點，通過「服務+保險」的管理模式，為客戶提供覆蓋健康保障、財富管理、退休養老三大範疇服務閉環，進一步打響太保服務品牌。

發佈會上，太保壽險香港CEO Candy Yuen代表公司致辭。她表示，近期香港疫情雖然比較嚴重，但仍然緊鑼密鼓地籌備新產品的推出。第二季度，由於市況波動、疫情的持續影響，公司積極響應廣大客戶對於人壽保險、財富傳承的需求，即時推出了全新的終身人壽產品愛相傳，此款產品的亮點就是幫客戶傳承財富，為大家帶來超長期的保障。

香港是全球最長壽的城市之一，香港人的平均預期壽命在過去半個世紀中持續穩步增長，2021年香港人均預期壽命已達85歲，在這樣一個長壽時代，更加需要提前規劃。Candy說道「公司的新產品eternal love可以為客戶提供一個超長期的保障，讓客戶在長壽時代可以無後顧之憂，並且將財富傳承給下一代，自己和家人的生活做出精彩鋪排。」

此外，除產品發佈外，Candy還表示，太保壽險香港聯同新城財經台舉辦「精彩40•130」系列節目，探討在這個長壽時代裡，如何活得更好、活得更長、以及如何承傳人們的未來，為人們的人生保駕護航。

隨後，太保壽險香港首席營銷官Thomas Yiu詳細介紹了公司推出的新產品。據瞭解，新產品愛相傳終身人壽保險計劃集保障及儲蓄於一身，可以實現人壽保障養老金儲備、財富傳承等功能。該計劃保額最高可達4,000萬美金，並提供特長人壽保障直至受保人130歲，讓財富享有充裕的增值期，世代傳承再無憂慮。

同時，該計劃為分紅型壽險，具潛在回報的終期紅利。保單持有人可以自由選擇留存保證現金價值，或隨時提取應付財務需要，在市場上極具競爭力。此外，該計劃為保單逆按計劃之合資格壽險計劃，當受保人年滿60歲，即可申請以本計劃保單作為抵押，於固定年期或終身每月收取年金，或一筆過貸款，輕鬆將保險金額化為「長糧」，為人們的生活提供全面保障。

作為太保旗下壽險分公司，新產品愛相傳•終身人壽保險計劃的推出對將來人們年老後的生活有了預期，提免除了後顧之憂，同時，該項計劃的推出是中國太保集太保內部優勢資源為一體，以服務為引領，構建太保服務新模式的重要探索。未來，中國太保將持續聚焦人們的生活健康與關愛，積極服務實體經濟，與客戶攜手共創美好生活。

# 康基醫療構建醫療新架構 不斷前行在醫療改革道路上



2021 is a year of transformation for Healthbase Medical Holdings Limited. During the year, they actively seek strategic investments and acquisitions, continue to focus on sustainable development of the company and devote to charity work, and improve ESG governance structure.

康基醫療控股有限公司是中國最大的國內MISIA平台，他們致力於人類健康事業，為醫生提供優質的產品和服務。

2021年是康基醫療控股有限公司轉型的一年，他們制定了實施開發「設備+器械+耗材」整體外科手術解決方案的研發戰略，在多個方面開闢了新的發展道路。

在國內市場，儘管新冠肺炎疫情出現區域性的爆發，但中國的控制措施很好地控制住了疫情的大規模蔓延，中國大部分地區的擇期手術量基本恢復到疫情前水平，微創外科手術在中國的滲透率預計將繼續增長；在地域及產品覆蓋範圍方面，康基醫療控股有限公司對經銷商進行重新調整。通過與經銷商簽訂銷售協議，按產品按醫院制定季度銷售目標，建立起更加健全透明的評估機制，能夠更及時地掌握市場需求及評估經銷商的有效性；在出口銷售方面，2021年，海外客戶的需求有所恢復。報告期，康基醫療的出口同比增長35.8%。他們通過擴展團隊、在海外市場增加產品註冊、進一步多元化出口產品組合及尋求分銷合作夥伴，在未來幾年發展更多的出口銷售；在研發方面，康基醫療在杭州市蕭山區的新研發中心開始運營，旨在建立一個專注於更先進及創新的技術及產品開發的團隊。於2021年12月，杭州康基獲浙江省科學技術廳認定為浙江省的省重點企業研究院之一。

報告期內，康基醫療積極尋求戰略投資及收購，持續關注公司可持續發展及投身於公益事業，完善ESG管治架構，他們實現總收入人民幣690.3百萬元，較2020年增長35.0%，實現了母公司擁有人應佔純利人民幣456.8百萬元，較2020年增長82.5%。

展望未來，儘管正在進行的醫療改革及醫療器械產品集中帶量採購存在不確定性，但康基醫療認為他們能根據特定的當地市場動態調整銷售模式，透過增加銷量和深化非集中帶量採購產品的滲透，減輕集中帶量採購產品利潤率的潛在影響。同時，康基醫療會持續加大對研發的投入，招募更多的高水平研發人員，擴大研發隊伍，持續推出更多更為先進和創新的產品，不斷豐富他們的產品組合。

# 景瑞服務守“滬”情“疫”



In March 2022, as an Omicron-induced outbreak of COVID-19 in Shanghai, under the strict prevention policy, all Jingrui services administrators were devoted to the pandemic in the front line, demonstrating their responsibilities and commitments with practical actions. In April, Jingrui Services built the strongest backing and launched the "Sunshine Fund for employees who fight against covid " to send care and warmth to employees who are sticking to the front line.

2022年3月的上海，面對突如其來的疫情，嚴格的防疫政策下，景瑞物業人全員在崗、全心投入守戰疫一線，用實際行動彰顯作為「景瑞人」的責任與擔當。4月，景瑞服務築起了最堅強後盾，啟動「抗疫員工陽光基金」，為堅守在一線的員工送上關懷和溫暖。

截止4月20日，景瑞服務上海地區有近1000名員工在各個項目一線值守，他們面對無法預知的病毒，奉獻出自己的全部力量，其中852人已經連續堅守了45天，無懼風險、24小時在線待命、遠超日常負荷工作在各自的崗位上。迄今為止，景瑞人與社區志願者們一起組織和配合實施了超過1000餘次社區核酸和抗原檢測、超過3000次的消毒作業，用無畏的精神為上海區域42個項目的42000戶業主築起了「景瑞之牆」！

尤其是在疫情嚴峻的浦東區域，景瑞物業人始終駐守在管四個項目，及時服務超過6200戶的居民，以保證項目能更好的正常運營。景瑞物業的迅速、負責的服務態度接連獲得客戶的好評。



# 乘行業東風提質提量 中鋁發展前景向好



「中國鋁業股份有限公司(以下簡稱：「中國鋁業」)(02600.HK)」以鋁土礦、煤炭等資源的勘探開採、氧化鋁、原鋁、鋁合金及炭素產品的生產、銷售、技術研發、國際貿易，物流產業，火力及新能源發電等為公司的主營業務，以建設具有全球競爭力的世界一流鋁業公司為發展目標，堅持內涵式高質量增長和外延式發展並舉，以深化改革、創新驅動、綠色低碳為根本動力，圍繞優先獲取鋁土礦資源、大力提升鋁冶煉綠色水平、加快發展精細高純鋁基新材料重點方向，以黨建為統領，聚焦企業治理、價值創造、科技研發、產業升級、海外發展、資本運作、協同運營重點工作，做強現代鋁產業鏈「鏈長」。

由於盈利能力大幅提升，公司於2021年年報中，計劃每10股派現0.32元(含稅)，總派息金額約為5.45億元，占當期淨利潤的10.72%，此舉為十年來首次分紅。2022年首季度，公司業績主要指標持續穩健，實現營業收入756.21億元，同比增加43.6%；歸屬於上市公司股東的淨利潤15.75億元，同比增加60.5%。根據公司公告，營業總收入增長主要為公司自產的氧化鋁、原鋁及貿易業務的原鋁及銅產品價格同比上漲影響。

近年來，中國鋁業積極響應國家供給側結構性改革政策，合理佈局現有產能，加大高附加值精細氧化鋁產品開發，不斷提高競爭優勢。隨著降本增效持續推進，規模化、產業鏈化的競爭力釋放，中國鋁業或將進入高質量發展時期。

In recent years, Aluminum Corporation of China Limited\*(the「Company」, together with its subsidiaries, the「Group」)has actively responded to the national supply-side structural reform policy, rationally deployed existing production capacity, increased the development of high value-added fine alumina products, and continuously improved its competitive advantage. With the continuous advancement of cost reduction and efficiency enhancement, and the release of competitiveness in scale and industrial chain, China Aluminum may enter a period of high-quality development.



# 實至名歸信達生物獲2021年度蘇州市市長質量獎

## Summary

To commend the advanced areas in the quality work assessment in 2021, the Suzhou Municipal Government held the 2022 Quality-strengthening City work conference on 23rd of May. Innovent won the 2021 Mayor Quality Award, is one of the five award-winning companies. Mr. Zhang Jie, the Senior Vice President of Innovent attended the meeting and delivered a speech as a corporate representative.

5月23日，蘇州市政府召開了2022年質量強市工作會議，對2021年度全市質量工作考核先進地區予以表彰。市委副書記、市長吳慶文向信達生物等5家單位頒發2021年度市長質量獎。

在會議上，市委副書記、市長吳慶文指出，質量是關乎城市發展的大事，更是關乎蘇州製造業服務業高質量發展的要事，要聚焦壓實企業主體責任，提升企業質量管理水平，壯大企業質量人才隊伍，推動首席質量官制度擴面提質，培養一批質量領軍人才和高級管理人員，著力激活質量提升新動能。要聚焦構建現代治理體系，把保障質量安全作為質量工作中重中之重，著力滿足人民群眾對生活品質、消費產品、市場環境等領域更高的質量需求，不斷提升群眾的質量安全感、獲得感。

信達生物製藥集團高級副總裁張傑（張總）參加會議，並作為企業代表發言。除詳細介紹信達生物基於「穩健發展、卓越運營」的精益質量管理模式之外，並從技術引領、質量管控和人力資源等多方面，分析了信達深入卓越績效管理所產生的顯著競爭優勢。

「信達生物作為蘇州本土創新型生物藥企業的代表，從成立之初就注重全面質量管理，導入了‘卓越績效模式’，秉承‘開發出老百姓用得起的高質量生物藥’的使命，弘揚‘做一家善良的生物藥企’的核心理念，致力於成為國際一流的生物製藥公司。」張總在發言中表示：「質量工作沒有最好，只有更好。站在新的起點上，信達生物將持續做好質量標桿，發揮示範帶頭作用，強化公司卓越運營能力，打響‘蘇州製造’品牌，助力蘇州打造‘中國藥谷’。」



@信达生物制药

# 做世界一流冶金建設國家隊 當高技術高品質建設排頭兵

Summary :

The 2022 first-quarter results of MCC were in line with expectations, and revenue & profit continued to increase. The growth of new contracts for metallurgical engineering was mainly due to the increased demand for metallurgical industry transformation under the dual-carbon policy. CCTV News special subject on state-owned assets shows the brand image of MCC Group's basic construction. The MCC Group & China MCC5 Group Huzhou Sun Hotel project reported and displayed is 97.8 meters high and the sphere diameter is 98 meters. After completion, it will become the world's largest spherical building. In addition, the National Snowmobile Sled Center project, which was built by MCC Group, was specially awarded the 2022-2023 China Construction Engineering Luban Award by the China Construction Industry Association. This project is one of the venues with the most difficult design, the most difficult construction and the most complicated certification among all the competition venues of the Beijing Winter Olympic Committee.

近來，國家發展改革委在「中國這十年」系列主題新聞發佈會上表示，已經完成了碳達峰碳中和頂層設計，基本構建起「1+N」政策體系，碳達峰碳中和工作紮實有序推進，實現良好開局。

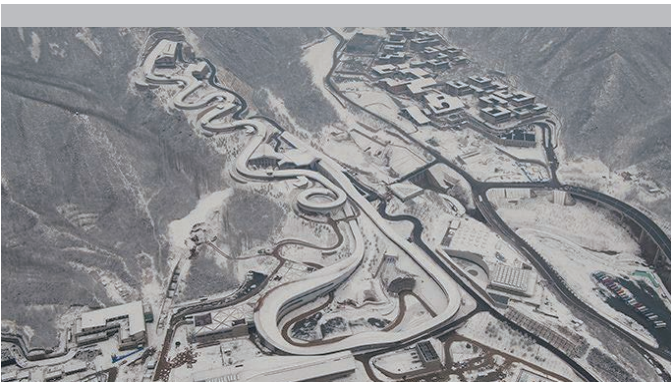
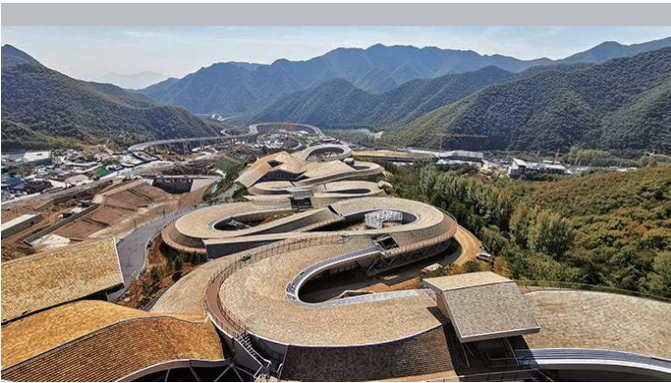
2022年第一季度，中國中冶「1618.HK」收入達1,180.3億元，同比增長25.0%，歸母淨利26.8億元，同比增長25.5%。新簽訂單總額3,191.1億元，同比增長13.7%。業績符合預期，收入利潤延續高增。冶金工程新簽保持增長主要由於雙碳政策下，冶金工業改造需求增加所致，資金到位情況較好，專案加速推進。

## 央視新聞展現中冶品牌形象

5月18日央視(CCTV-1)《新聞聯播》節目中國資專題新聞報導了中冶集團中國五冶承建世界最大球體建築——湖州太陽酒店項目，展示了中冶集團在建築工程領域的強大品牌形象。報導展示的中冶集團中國五冶湖州太陽酒店項目位於浙江省湖州市南潯區，項目標高97.8米，球體直徑98米，建成後將成為世界最大球體建築。5月13日上午9點，在歷經18個小時的間斷作業後，重達百噸的巨大蝴蝶狀穹頂網殼被緩緩提升到位，該穹頂跨度大，形狀不規則，達到了該類型結構設計極限，是目前國內跨度最大的球體網殼結構。

## 中國建協特別授予中冶集團魯班獎

5月23日，由中冶集團參建的國家雪車雪橇中心項目被中國建築業協會特別授予2022年—2023年度中國建設工程魯班獎。該項目是北京冬奧會所有比賽場館中設計難度最高、施工難度最大、認證最為複雜的場館之一，賽道總長1975米，垂直高差121米，包含16個彎道，具有全球獨具特色的360度迴旋彎道，似游龍盤旋于山林之間，具有鮮明中國特徵。專案在建設過程中，切實貫徹「世界一流」的使命擔當、「自主創新」的引領作用、「問題導向」的工作思維、「精益求精」的品質堅守和敢於勝利的「奮鬥精神」，在技術創新上取得了開創性成果，在質量管理上取得了顯著成績，為2022年北京冬奧會和冬殘奧會的成功舉辦做出了突出貢獻。



# 雅迪為中國智造冠能

## Summary

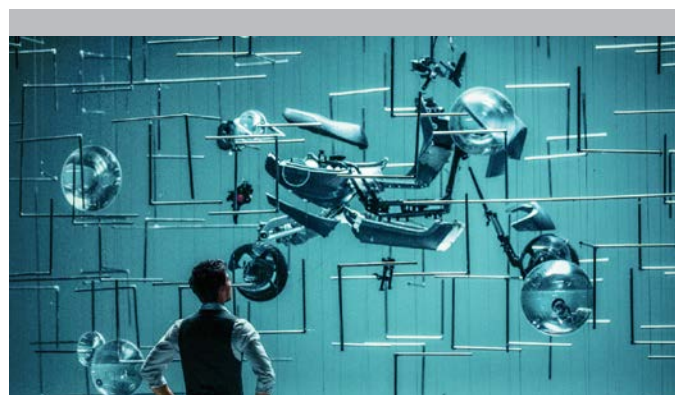
In the future, Yadi will continue to cultivate the needs of users, actively cooperate with the government to deepen energy conservation and emission reduction, accelerate the research and development of energy-saving and technological power, "smart" for global users to create more happy products and services, and create a green, low-carbon, environmentally friendly, and liveable life.

5月10日是第六屆「中國品牌日」。品牌是企業發展的無形財富，也是綜合國力競爭的重要力量，加強品牌強國建設已經成為新時代的新命題。雅迪集團控股有限公司(1585.HK)成為人民網推薦品牌，向世界講述雅迪如何通過多年探索，為中國智造冠能。

在多年發展探索中，雅迪持續加大科技研發力度，已參與或主導制定國家、行業等標準17項，獲得國家級工業設計中心、省級工業設計研究院、省博士後創新實踐基地等榮譽。其中，雅迪首創的TTFAR石墨烯電池，以容量大、壽命長、充電快、耐極溫、質保長的突破性成果，獲得諾貝爾物理學獎得主、被譽為「石墨烯之父」的安德列•海姆教授的權威認可。

成熟的品牌進階思路與自主研發的前沿技術，讓雅迪在產品革新上也獲得源源不斷的創造力。雅迪冠能系列推出了「雙倍質保」產品，以更加穩定和持久的性能，帶給更多使用者美好安心的出行感受。其中，最新推出的雅迪冠能二代E8S在性能和設計上做了全面的調整升級，在動力保障的前提下，實現了一次充電超200KM極限續航，一舉解決困擾行業20年的技術難題。

雅迪在科技智造的各個環節貫徹綠色環保理念，積極探索節能技術和材料研發，以綠色技術深耕可持續發展。目前，雅迪已收穫「碳足跡」證書及行業首張「產品碳標籤評價」證書，以實際行動向社會各界詮釋低碳出行的初心，用雅迪力量向世界輸出綠色發展的「中國方案」。



# 聚焦國際化市場佈局 北京汽車海外銷量增八成競爭力提升

摘要：

銷量增長逾八成 國際市場競爭力凸顯

北京汽車的海外市場拓展並非只體現在短期銷售數據方面，更是基於全球化戰略的可控終端佈局，放眼長遠，注重用戶體驗，以此來建立品牌口碑，保障其行穩致遠。

縱觀汽車行業發展史，不難發現，優秀車企需要具備的實力是全方面的，包括豐富的產品佈局、領先的技術優勢以及前瞻的國際化視野等，沒有哪家優秀車企願意畫地為牢。對此，北京汽車深知，要想繼續擴大規模，就必須要持續拓展海外新市場，這一點可從其銷售業績上窺見一二。

BAIC Motor's overseas market expansion is not only reflected in the short-term sales figures, but also the controllable terminal layout based on the globalization strategy, with a long-term perspective and a focus on user experience, in order to build its brand reputation and ensure its sustainability.

數據顯示，2021年，北京汽車在國際市場上收穫頗豐，同比銷量增幅達82.9%。目前，北京汽車國際業務已成功落地南美、中美洲、東歐、東南亞、非洲等地，並在部分國際細分市場表現出眾。其中，在亞塞拜然、越南等市場出口量名列前茅，在越南市場的銷量增長更高達450.8%，國際市場競爭力初步凸顯。

近幾年，隨著經濟水平的提高，我國汽車銷售市場進入拐點，汽車保有量逐漸趨於穩定，2021年，我國汽車保有量已達到3.02億輛。由此，汽車行業也逐漸從增量市場轉變為存量市場。對此，各品牌紛紛加大海外市場拓展力度，其中，北京汽車股份有限公司（「北京汽車」或公司，股份代碼：1958.HK）不斷加快國際化步伐，駛入發展快車道。

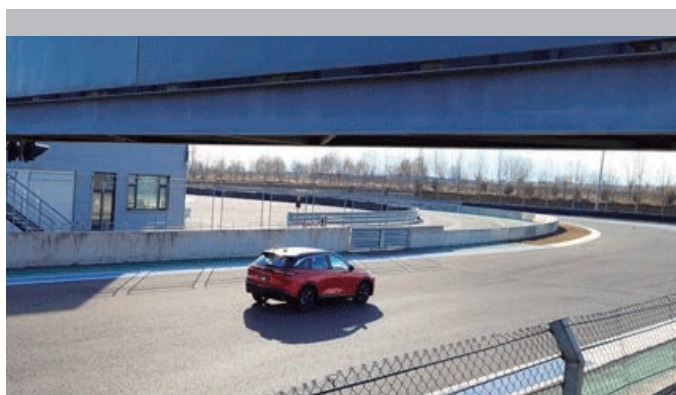
錨定主流群體新需求 新一代產品魔方蓄勢待發

北京汽車成立於2010年，是北京汽車集團有限公司乘用車整車資源聚合和業務發展平台，也是北京市政府重點支持發展企業，於2014年成功於港交所主板上市。成立以來，北京汽車致力於乘用車研發、製造、銷售與售後服務，乘用車核心零部件生產、汽車金融等服務延伸產業鏈條，增厚品牌實力。

事實上，北京汽車的海外市場拓展並非只體現在短期銷售數據方面，更是基於全球化戰略的可控終端佈局，放眼長遠，注重用戶體驗，以此來建立品牌口碑，保障其行穩致遠。北京汽車即將上市的新一代產品魔方，從設計研發階段起就著眼全球化競爭，錨定主流群體需求，並將其市場範圍由中國區域市場擴展至全球其他新興市場，成為其加快全球化進程的最優選方案。

作為一款面向Z+世代年輕人群的A+級SUV，北京汽車魔方在各技術層面上均展現出了良好的產品競爭力。據悉，該款車型搭載了華為智能座艙，是北京汽車首款全場景定義的智能汽車，還搭載具有國際領先標準的魔核1.5T發動機，可達到增效減排雙高標準，符合國家低碳環保政策要求。在產品實力、海外營銷網絡的齊頭並進下，北京汽車魔方的國際市場將得到有力開拓，亦將為北京汽車進一步於新興海外市場站穩腳跟提供強勁支撐。

在北京魔方的加持下，北京汽車的國際競爭力將有效增強，成為中國自主品牌征戰海外市場的代表。未來，北京汽車將深入推進國際化佈局，採取高舉高打的方式，快速切入當地市場，使其充分發揮自身潛能，邁上國際化發展新台階。



# 優然牧業：2021年營收153.46億元 高增長態勢延續龍頭地位穩固

Consumption upgrades have driven domestic dairy companies to enter a golden period of development. As a leader in the upstream dairy industry in China, China Youran Dairy Group Limited has achieved excellent performance. Competitive advantages such as the whole upstream industry chain model, differentiated layout, and intelligent pastures help the company improve operational efficiency, and its future development should not be underestimated.

在消費升級的驅動下，中國乳製品行業已逐漸由規模增長向品質升級轉變，國人對乳製品的訴求更為乳業上游企業帶來新契機，國內牧業公司也隨之進入黃金發展期。作為中國乳業上游市場的領導者，優然牧業(09858.HK)在原材料價格上漲背景下，仍取得靚麗業績表現，業內競爭優勢充分凸顯。

04月25日，優然牧業披露2021年度報告。數據顯示，2021年，公司共實現營收153.46億元，同比增長30.3%，增速大幅領先行業；經調整歸母淨利潤為20.40億元，同比增長49.1%。就各業務板塊而言，期內，公司原料奶、飼料、育種、奶牛超市收入分別同比增長36.4%、21.2%、35.1%及21%。

優然牧業各項業務的快速增長得益於其「最佳養牛模式」，即集牧草種植、奶牛育種、飼料生產、優質生鮮乳和特色生鮮乳生產為一體的乳業上游全產業鏈模式。其中，自營的飼料、草業等業務能夠幫助公司抵禦週期波動和成本壓力，提升業績穩定性和確定性，對穩固其行業龍頭地位具有重要作用。

差異化佈局亦是優然牧業豐厚利潤的保障。目前，公司的特色生鮮乳品類包括娟姗奶、DHA奶、A2奶、有機奶、有機A2奶和富硒奶6種，並因其高附加值深受消費者青睞。2021年，公司特色生鮮乳總銷量達47.4萬噸，同比增長19.68%，差異化競爭優勢明顯。

在各行業邁向智能化的今天，優然牧業也將其智能化演變展現在敕勒川生態智能牧場的方方面面，如引入世界先進的智能機器人、應用牧場運營管理系統等。優然牧業的牧場智能化加速了行業洗牌，更助力自身迎來新的價值拐點。

在國人對乳製品需求日益旺盛的大趨勢下，中國乳業規模還將進一步擴大，乳業上游的價值也將更多地被關注。作為乳業上游龍頭企業，優然牧業將持續鞏固公司「地基」，堅持「最佳養牛模式」，提升運營效率，未來發展不容小覷。





# 品質鑄就品牌，周黑鴨的高品質是如何打造的？



沒滋味？  
就吃周黑鴨

作為休閒滷製品行業頭部品牌，周黑鴨自成立以來，嚴把產品品質關，不斷創新產品技術，為消費者打造安全、美味可口的滷製品，深受廣大消費者好評。進入休閒滷製品行業幾十年來，周黑鴨品質如一，在消費者心中留下深刻的品牌印記，成為消費者購買休閒滷製品時的首選。

以技術為驅動力，推進休閒滷製品行業創新變革周黑鴨始終將食品安全放在首位，以技術為驅動力，加強創新技術研發力度，不斷推出新技術，以技術保證產品食用安全和口感，推進休閒滷製品行業創新變革。從成立初期，發展到如今可溯源、高品質、高標準化的滷味行業頭部品牌，周黑鴨始終保持初心，堅守「食」字文化，嚴格把控食品安全。

以品質為基石，精細化管理持續提升品牌競爭力周黑鴨以精細化管理持續提升品牌競爭實力，搶佔更多市場份額。目前，周黑鴨在華北、華中、華東、華南設有四個空間潔淨度為十萬級標準、高度自動化的生產中心，進一步提升了前端業務配送時效。未來，隨著周黑鴨華西工廠的投入運營，完成五大生產中心佈局，可以更加靈活調配產能，實現高效協同。

周黑鴨肩負「讓生活有滋有味」的企業使命，本著「開明務實、誠實守信」的價值觀，在保障食品安全的基礎上，不斷創新技術、推出獨具特色的滷製品，讓消費者的生活變的更加有滋有味。

Summary :

As a leading brand in the leisure braised product industry, Zhou Hei Ya has strictly controlled product quality since its establishment, and constantly innovated product technology to create safe and delicious braised products for consumers, which has been well received by consumers. Since entering the leisure braised product industry for decades, Zhou Hei Ya has the same quality and left a deep brand imprint in the hearts of consumers, making it the first choice for consumers to buy leisure braised products.

# 和譽將高效推進新藥研發， 差異化管線佈局全球市場

Abbisko Therapeutics is a global innovative drug research and development company founded in Zhangjiang, Shanghai, China. The founder and management team of the company have many years of experience in R&D and management of large international and domestic pharmaceutical companies and have participated in the R&D of multiple clinical and new drugs on the market. Abbisko Therapeutics focuses on the research and development of new tumor drugs, focusing on small molecule tumor targeting and tumor immune drugs, focusing on the needs of patients and the pharmaceutical market, adhering to the concepts and standards of international new drug development, and is committed to developing novel and high-potential drug targets. The first-in-class or best-in-class innovative drugs are used to improve the quality of life of patients in China and around the world.

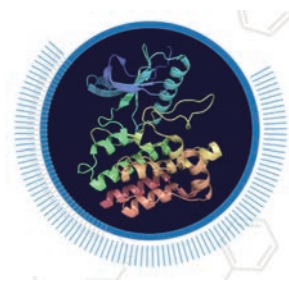
和譽醫藥是一家創立於中國上海張江，著眼全球的創新藥研發公司。公司的創始人和管理團隊擁有多年國際和國內大型藥企的研發和管理經驗，並參與了多個臨床及上市新藥的研發。和譽醫藥專注於腫瘤新藥研發，以小分子腫瘤靶向和腫瘤免疫藥物為核心，著眼病患及醫藥市場的需求，秉承國際新藥開發的理念和標準，致力於開發新穎及高潛力藥物靶點的first-in-class或best-in-class創新藥物，用於改善中國及全球病人的生活質量。

近年來，大分子生物藥的熱度持續增高，不僅其市場增速較快且具備極高的發展潛力。相較之下，小分子藥物基於其相對較長的發展歷史，且考慮到潛在靶點的數量，不少投資者認為小分子藥物投資價值較低。

實則不然。以新冠特效藥為例，不管是新冠疫情早期上市的瑞德西韋，還是後續上市的Paxlovid，這些藥物均為小分子藥物。儘管後續有中和抗體的推出，但與小分子藥物相比上市速度也慢了許多。可見，小分子藥物同樣需要重點關注，尤其是隨著新技術、新靶點的不斷涌現，小分子藥物的行業發展空間不斷得以拓展。

在港股18A中，去年10月上市的和譽-B(02256)以其創新且差異化的小分子腫瘤療法為大眾所熟知。上市半年後，公司也於3月18日發佈上市以來的首份年報。根據年報顯示，公司現金及銀行結餘高達約25.46億元人民幣，折合約4億美元，資金充足，新藥研發進展高效穩健。

和譽2017年至今已確認至少10個臨床前分子候選物，其中多個已進入臨床階段。核心產品中pan-FGFR、FGFR4、CSF-1R及CXCR4抑制劑正在推進關鍵臨床(Ib/II期)，其中：1) ABSK011(FGFR4)單藥每日一次180mg用於FGF19+肝細胞癌二線的Ib期臨床劑量爬坡已拓展至每日320mg，聯合阿替利珠單抗(羅氏，PD-L1)用於FGF19+肝細胞癌的II期臨床已於22M1實現首例給藥；2) ABSK091(pan-FGFR)於22M2與百濟神州達成合作，共同推進聯用替雷利珠單抗(PD-1)用於FGFR2/3異常的尿路上皮癌的臨床探索，並於22M3獲得美國食品藥品管理局(FDA)用於胃癌的孤兒藥認證。差異化小分子PD-L1抑制劑ABSK043已於21M8在澳大利亞完成I期臨床的首例給藥，FGFR2/3選擇性抑制劑ABSK061於21M9取得FDA批准在美開展I期臨床，公司預計將在近期啟動入組。



# 星盛商業積極推動可持續發展 致力將環境、社會及管治策略融入集團日常營運當中



The Group is devoted to promoting sustainable development and incorporating ESG strategies into our daily operations to improve the well-being of our stakeholders, achieve long-term business growth, and contribute to global agendas such as climate change, in addition to pursuing business performance.

本集團積極推動可持續發展，致力將環境、社會及管治策略融入我們的日常營運當中，以提升持份者的福祉，達到長遠的繁榮業務發展，並為氣候變化等全球議題作出貢獻。

於2021財政年度，我們首次設立了環境方面的目標，並進一步強化節能減排的措施，進行氣候變化的風險評估，以響應碳中和與節能減排的國家政策。同時，我們進一步深化數字化發展，開通線上商城，挖掘私域流量，與阿里巴巴本地生活開展戰略合作。此外，我們亦秉承關愛社區、回饋社會的理念，舉辦多方面的公益與慈善活動，助力和諧社會。為進一步落實可持續發展的策略，本集團已成立環境、社會及管治工作小組（「工作小組」），將環境、社會及管治議題的管理融入集團整個企業治理架構。本公司的董事會（「董事會」）肩負本集團可持續發展事宜的全部責任，包括制定策略，監督本公司的環境、社會及管治表現，以及審批本報告；而工作小組則協助董事會履行其可持續發展的責任。為了管理企業風險，包括環境、社會及管治風險，我們不斷完善風險管理及內部監控系統，並由董事會定期監督及檢討其有效性。有關環境、社會及管治治理架構的詳情請參閱「環境、社會及管治治理架構」一節。

為了不斷提升本集團環境、社會及管治表現並響應國家碳中和、節能減廢方面的環境政策，本集團已對其而言屬重大的環境、社會及管治議題制定目標。董事會及工作小組用所收集的資料比較本集團於不同財政年度的表現，以檢討環境、社會及管治目標的進度。為達致目標，本集團推行不同的環保措施及提高僱員對環境、社會及管治的意識。我們相信該等目標及環保措施有助提升僱員的環保意識，並提升本集團的環境、社會及管治表現以符合持份者的期望。未來，本集團將進一步鞏固在大灣區的領先地位，並在全國範圍內拓展業務規模，以核心團隊的戰略眼光與務實文化，支撐公司的高質量、可持續發展，繼續堅持「以商業智慧構築城市繁榮」的經營理念，聚焦客戶關注的商機和發展，提供有競爭力的產品和服務，樹立良好的企業品牌形象，持續創造價值，並為社會和諧、城市發展和環境保護貢獻我們的一份力量。最後，董事會衷心感謝各位股東、業務合作夥伴及客戶長久以來對本集團的支持、理解及信任，亦特別感謝所有部門和本集團重要團隊對本集團作出的寶貴貢獻。

# 綠色轉型步伐加速科技賦能降本增效 大唐環境綜合競爭力顯著提升



Datang Environment Industry Group Co., Ltd. focuses on the "14th Five-Year Plan", grasps the "Dual Carbon" development opportunity, consolidates the existing core business advantages, accelerates the pace of green transformation, expands the business scope, empowers technology to reduce costs and increase efficiency, and continues to enhance the comprehensive competitiveness.

綠色是高質量發展的鮮明底色，實現「碳達峰碳中和」是貫徹新發展理念、構建新發展格局、推動高質量發展的內在要求。作為電力行業的知名企業，大唐環境產業集團股份有限公司（簡稱「大唐環境」或「公司」，股份代號：1272）聚焦國家戰略，牢牢抓住國家「碳達峰、碳中和」發展契機，在持續鞏固現有核心業務優勢的背景下，深入推進培育環境深度治理、資源循環利用、綜合智慧能源三大新業務方向，用心謀劃綠色生態，為美麗中國建設增添魅力注腳。

綠色轉型發展是電力行業發展的重中之重，也是行業實現高質量發展的必由之路。近年來，大唐環境聚焦長江、黃河流域生態環境保護治理，搶抓分布式光伏開發，持續加強綜合智慧低碳園區建設，同時繼續推進催化劑第二生產基地及綜合治理服務商建設，積極參股系統內優質新能源項目，綠色設計和清潔生產體系基本建立，綠色低碳轉型持續深化。

與此同時，大唐環境不斷擴展業務範圍，挖掘新的盈利增長點。其先後中標山煤河曲2台35萬千瓦低熱值煤發電工程煙氣脫硫系統EPC工程總承包、江蘇省國信集團新海電廠100萬千瓦機組脫硝催化劑再生等項目，跑出了綠色轉型發展「加速度」，有效增強了企業綜合競爭力，貢獻了更多的營收來源。

此外，大唐環境立足「雙碳」目標，依託科技人才、技術等優勢，成立多個課題組，打造一系列具有自主知識產權的核心技術，促進科技創新與業務鏈有效融合。其中，國家重點計劃子課題通過驗收評審，自主開發的第二代湍流管柵脫硫提效技術將脫硫效率提高到99%，每年可節約運行費用上百萬元，自主研發的「鐵氧微晶體」處理脫硫廢水重金屬技術等3項創新成果全部通過科技部驗收，編製完成「智慧環保」方案，佈局水務數字化水島及智慧水務建設有序推進，實現傳統業務逐步向數字化、智慧化轉型升級，科技創新助力公司不斷降本增效，為企業發展保駕護航。

未來，大唐環境將緊緊圍繞「十四五」規劃，按照環境深度治理、資源循環利用、綜合智慧能源三大業務轉型方向，加快推進產業轉型升級。同時進一步加強與地方政府、行業先進企業、高等院校及科研院所的深度交流，掌握更多的「專精特尖」核心技術，努力將公司打造成為一流的生態環境綜合治理服務商。

# 盛京銀行(2066.HK)： 調整董、監事，凸顯國資「底色」



盛京銀行(以下簡稱「銀行」，股份代號：2066.HK)近日發佈公告，擬調整增補5名董事、1名監事。銀行完成了董事會、監事會國資背景的董事、監事席位大調整，凸顯國資「底色」，做「政府的銀行、市民的銀行」。

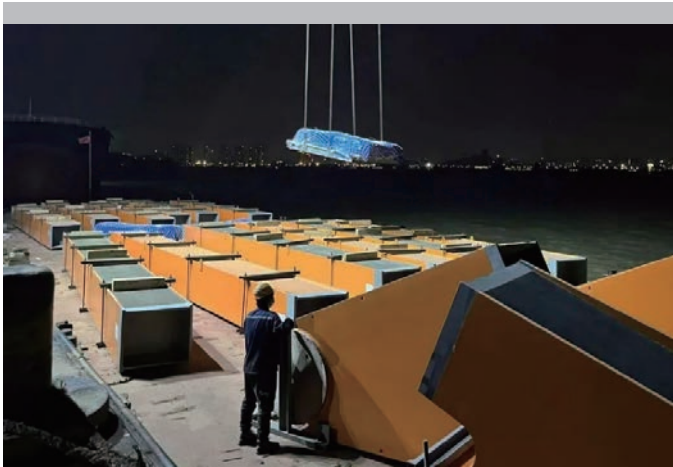
候選人履歷不乏國資背景，執行董事候選人柳旭，現年54歲，長期在建行遼寧省分行工作至建行遼寧省分行副行長，在金融領域有超過30年的專業經驗。2名非執行董事候選人王軍、江愛國來自市屬國有企業。獨立非執行董事候選人王沫、呂丹分別來自會計師事務所及知名高校的專家。調整增補1名監事候選人，由市屬國資企業盛京金控提名。

在公告中盛京銀行表示，成為地方國有銀行後，將全面加強黨的領導，按照市場化、法治化改革方向，堅持「市民的銀行、城市的銀行」定位，回歸本源、服務實體，為遼沈全方位振興、率先振興發揮地方金融主力軍作用。

Summary :

Headquartered in Shenyang, Liaoning Province, Shengjing Bank Co., Ltd., formerly known as Shenyang Commercial Bank, was renamed Shengjing Bank in February 2007 with the approval of the China Banking Regulatory Commission, and achieved cross-regional operation, and is a strong headquarters bank in Northeast China. On 29 December 2014, Shengjing Bank was successfully listed on the Main Board of the Stock Exchange of Hong Kong Limited (stock code: 02066). With its good business performance and high-quality financial services, Shengjing Bank has won high praise from all walks of life

# 大明攜手常青股份， 圓滿服務知名礦卡企業新項目



With the strategic goal of building an "internationally leading manufacturing supporting enterprise", Daming is committed to building an automated and intelligent advanced processing service center cluster and high-end manufacturing supporting service base, and will give full play to the resources of steel materials and ten major processing technology platforms.

2022年，全球能源大變革繼續，俄烏衝突短期放大了能源變革內部的結構性矛盾，原油年內大概率維持高位震盪，而煤化工的「春天」進一步加劇了煤炭資源的緊缺。

4月上旬，大明集團碳鋼事業部特鋼工程部聯動大明靖江加工中心，經過不懈努力，克服重重困難，攜手上市企業常青股份，圓滿服務某知名集團企業的特種車輛公司50臺礦用寬體自卸車零部件新項目，為後續三方更深層次的交流合作夯實了基礎。常青股份公司主營汽車衝壓及焊接零部件，是國內少數能為商用車和乘用車同時進行大規模配套的專業生產廠商。作為高新技術企業，其已形成較為完善的衝壓、焊接技術研究開發體系，並擁有多項專利和技術成果。

此次與常青股份合作的礦卡新項目位於揚州，距靖江基地僅95Km。3月底，雙方開始接洽合作事宜，訂單確認後正值上海等地疫情爆發，運輸停滯，但訂單交期緊、規格較多，且質量要求高。

為保時、保質、保量完成產品交付，大明集團碳鋼事業部特鋼工程部、靖江加工中心工程服務部、深加工部等部門充分協作、緊密配合、加急生產保供。之後通過運輸部門的配合和當地政府機關的關照，及時完成貨物交付，搶交期、力保供的高效服務贏得了客戶的高度讚賞。

在加工過程中，大明項目團隊根據客戶要求，制定了科學合理的工藝方案，充分發揮充足的耐磨鋼等鋼種庫存資源、先進設備性能、集團協同聯動以及豐富的服務經驗等優勢，並快速響應，提供了從材料、切割下料，到機加工等的高質高效的「一攬子」焊前工序解決方案，切實為業主實現了降本增效，也為常青股份後續的焊接打下了良好基礎，成功打造了礦卡項目「一站式」供應鏈服務保供的典範。

基於前期的圓滿合作，目前新一批100臺礦卡零部件製作訂單也已敲定。後期，大明將繼續緊跟礦山機械行業客戶需求，為中國礦山運輸設備大型化、高端化、智能化發展提供可靠高效的解決方案和產品技術支撐，並努力為更多行業客戶提供高質高效的「一站式」服務，向著「國際領先的製造業服務企業」邁進！

# 中升集團獲納入恒生指數成份股 盈利能力及發展潛力備受資本市場認可

中升集團控股有限公司(「中升集團」或「公司」，連同其附屬公司統稱「集團」，股份代號：881.HK)宣佈，根據恒生指數有限公司公佈的第一季度恒生指數系列季度檢討結果，公司正式被納入恒生指數成份股，成為69家藍籌股之一，相關變動將於2022年6月13日生效。

恒生指數是全球五大股指之一，自1969年推出以來，成為反映香港股票市場表現的重要指標。恒生指數成份股對股票市值、交易量等方面都提出較高要求，必須屬於占香港聯交所所有上市普通股份總市值及成交額90%的排榜股票之列。滿足條件的個股進入初選，然後再以公司市值及成交額排名、市場代表性等指標最終選定。截至5月20日收盤，中升集團總市值約1253.41億港元。

自2010年上市以來，公司不斷進取，憑借穩健業務發展備受業內認可，並收獲良好口碑。此次被納入恒生指數，躋身藍籌股，充分反映出資本市場對公司長期穩健經營、盈利能力及發展潛力的肯定，亦展現了公司於全國性汽車經銷商行業及資本市場的領先地位。



此次中升集團在恒指改革之際獲納入恒生指數成份股，是資本市場對公司實力的肯定和信賴，將進一步提升公司股票流通性及品牌知名度，為公司帶來更多資金的同時，擴大和豐富公司投資者群體，助力公司業績實現新一輪騰飛。展望未來，公司將堅持以市場為導向，秉承規模優勢和效率提升並重的發展戰略，繼續完善經銷商網絡，把握核心品牌優勢，強化行業領先地位，為股東創造長遠回報。

## Summary :

Zhongsheng Group has been officially included as a constituent of the Hang Seng Index, becoming one of 69 blue chips, according to the results of the quarterly review of the Hang Seng Family of Indexes in the first quarter published by Hang Seng Indexes Company Limited, and the relevant changes will take effect on 13 June 2022.

# 洛陽鉬業：位居福布斯全球 企業2000強918位 排名上升128位

5月12日，福布斯發佈2022全球企業2000強，洛陽鉬業（以下簡稱「公司」，股份代號：3993.HK）位居918位，比2021年排名上升128位。這次的全球企業2000強榜單使用了截至2022年4月22日的過去一年的財務數據來計算入圍公司在銷售、利潤、資產和市值等四個方面的指標，並通過這些指標來進行排名。

去年，洛陽鉬業實現營業收入1,738.63億元，同比增長53.89%；實現歸母淨利51.06億元，同比增長119.26%；扣非後歸母淨利達41.03億元，同比增長276.24%，總營收、淨利潤均創公司歷史新高。

Summary :

China Molybdenum Co., Ltd (“CMOC” or the “Company”) was created in 1969 and after mixed ownership reforms in 2004 and 2014, has become a private holding company with state-owned capital participation. The Company was listed on Hong Kong Exchanges (HKEX: 03993) and Shanghai Stock Exchange (SSE: 603993) in 2007 and 2012, respectively.



洛陽鉬業作為一家擁有多元化業務、世界級資源的跨國礦業企業，近年來，重點聚焦新能源金屬，已成為全球領先的鈷生產商和重要的銅生產商。2022年是洛陽鉬業的建設年，公司將牢牢把握新能源產業發展的機遇，全力推動重大專案建設，加速將資源最終轉化為經濟效益。洛陽鉬業將繼續努力，為下游提供穩定、優質、負責任的電池原材料產品，助力全球能源轉型，使礦業造福子孫後代。



# 傳媒行業：疫情反復22Q1業績有所回落，基金重倉配置持續低配

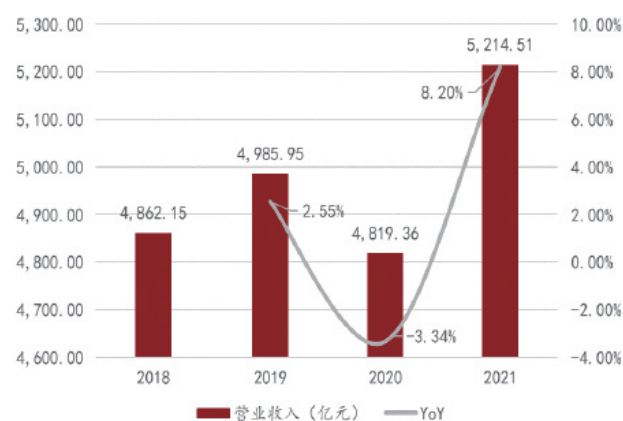
**摘要：**在2020年疫情爆發導致低基數的情況下，2021年傳媒行業疫情後恢復效果顯著，板塊營收為5214.51億元(YoY+8.20%)，歸母淨利潤為356.95億元(YoY+332.17%)；22Q1疫情反復，業績有所回落，營收1152.75億元(YoY-3.64%)，歸母淨利潤為92.09億元(YoY-19.38%)。

## 一. 傳媒行業：疫情反復22Q1業績回落，市盈率持續下行

(一) 行業業績回顧：22Q1營收、歸母淨利潤同比下降，回歸疫情前水準

圖1：傳媒板塊18-21年營收情況(單位：億元)

圖表1: 传媒板块18-21年营收情况(单位: 亿元)

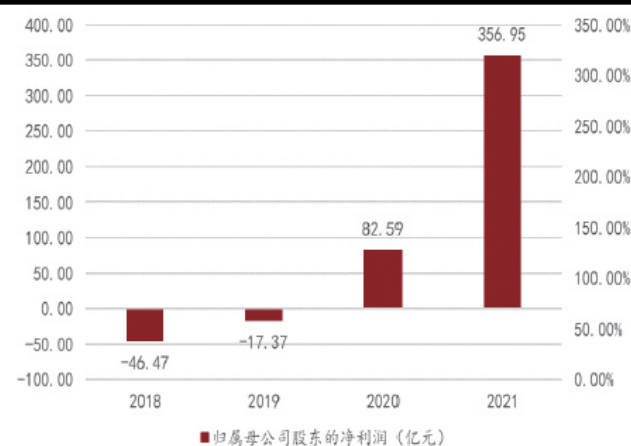


資料來源：iFinD、萬聯證券研究所

資料來源：iFinD、萬聯證券研究所

圖表2：傳媒板塊18-21年歸母淨利潤情況(單位：億元)

圖表2: 传媒板块18-21年归母净利润情况(单位: 亿元)

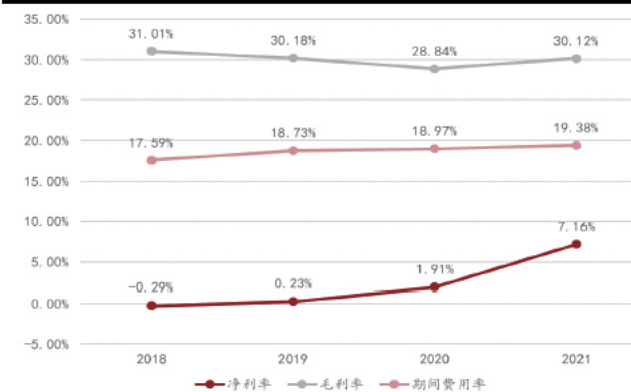


資料來源：iFinD、萬聯證券研究所

資料來源：iFinD、萬聯證券研究所

圖表3：傳媒板塊18-21年毛利率、淨利率和期間費用率情況

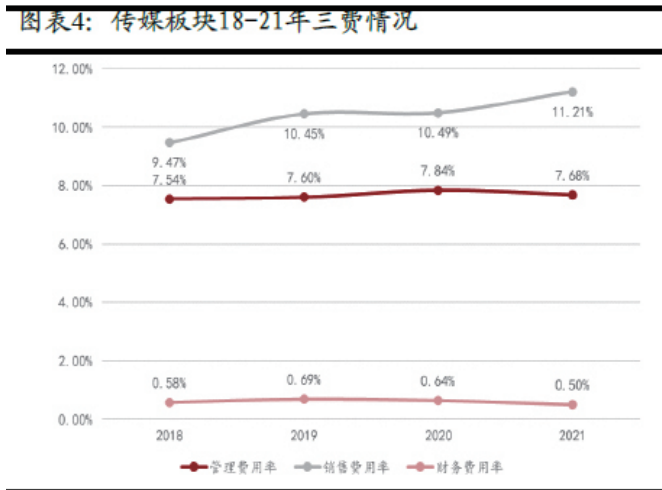
圖表3: 传媒板块18-21年毛利率、净利率和期间费用率情况



資料來源：iFinD、萬聯證券研究所

資料來源：iFinD、萬聯證券研究所

表4：傳媒板塊18-21年三費情況



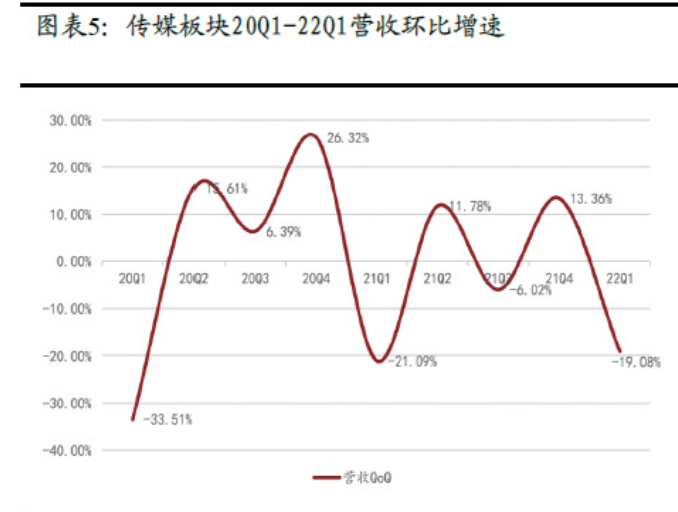
资料来源: iFinD、万联证券研究所

資料來源：iFinD、萬聯證券研究所

22Q1 營收、歸母淨利潤同比下降，歸母淨利潤環比實現扭虧為盈。分季度同比來看，22Q1 單季度營收，歸母淨利潤同比下降，回歸到疫情前水準。在 21Q1 疫情褪去刺激

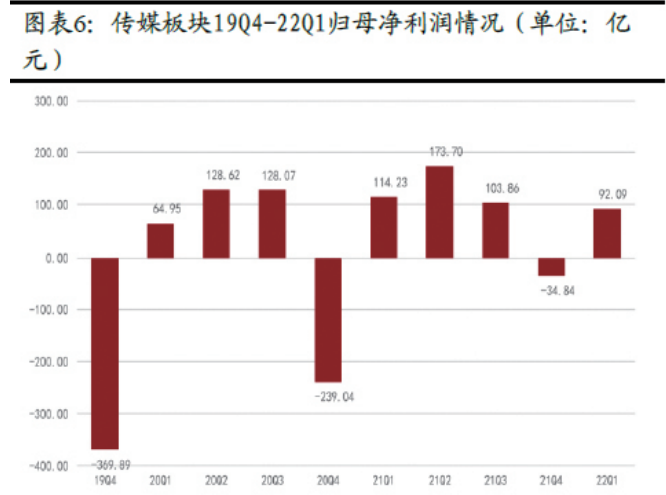
超過 19Q1 的 1072.55 億元；歸母淨利潤同比下降 19.38% 至 92.09 億元，略低於 19Q1 水準。分季度環比來看，22Q1 實現營收環比下降 19.08%，延續了此前 Q1 營收下降的週期，歸母淨利潤實現扭虧為盈。

圖表5：傳媒板塊20Q1-22Q1 營收環比增速



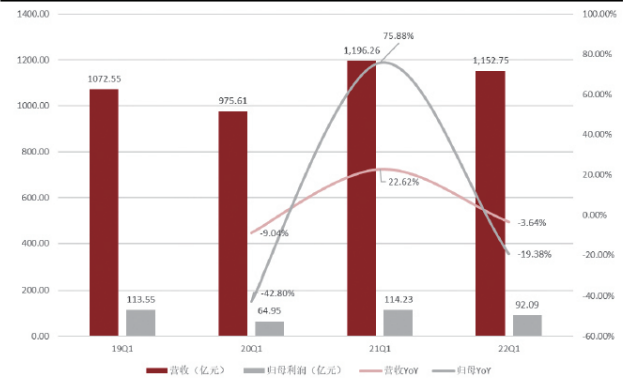
资料来源: iFinD、万联证券研究所

圖表6：傳媒板塊19Q4-22Q1 歸母淨利潤情況(單位：億元)



资料来源: iFinD、万联证券研究所

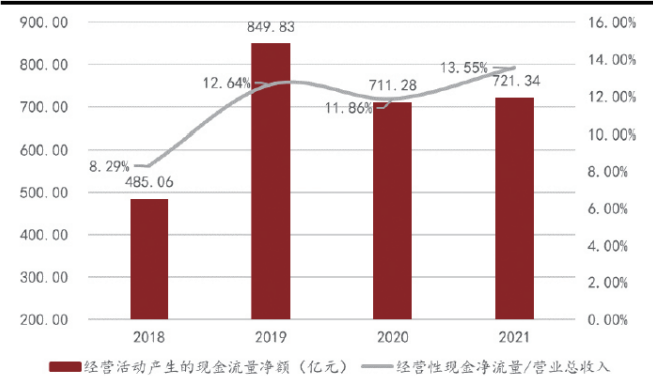
圖表7：19Q1-22Q1 傳媒板塊營收、歸母淨利潤及其變動情況(單位：億元)



资料来源: iFinD、万联证券研究所

21 年經營性現金流小幅增長，行業整體收入變現率上漲。21 年經營活動現金流淨額上漲至 721.34 億元，經營性現金淨流量／營業總收入比率上漲至 13.55%，行業整體收入變現率提升。

圖表8：傳媒板塊18-21年經營性現金流情況(單位：億元)

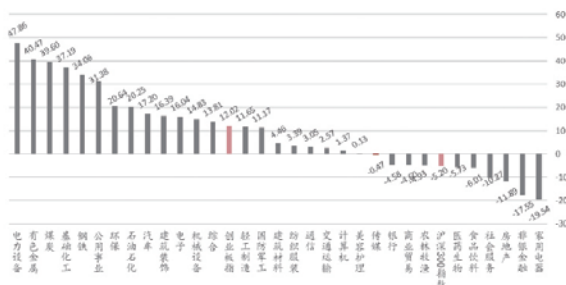


资料来源: iFinD、万联证券研究所

## (二) 行業市場表現：市盈率持續下行，近歷史低位

2021年傳媒行業下跌0.47%，居申萬31個一級行業第22位，跑贏滬深300指數，跑輸創業板指。

圖表9：2021年全行業漲跌幅排行



資料來源：iFinD、萬聯證券研究所

圖表10：2014年至今傳媒板塊PE趨勢



資料來源：iFinD、萬聯證券研究所

注：截至2021年5月2日。

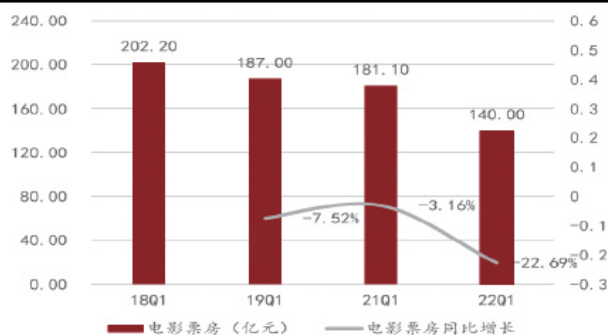
## 二. 行業運行資料：疫情多地復發，院線檔期優勢難以延續，靜觀版號後續發放激發遊戲臺塊活力

### (一) 影視院線：22Q1春節檔發力不足，疫情反復致影片撤檔，檔期優勢褪去

22Q1春節檔後續發力不足，疫情反復致市場表現不佳。2022年Q1全國實現票房140億元，較21Q1大幅下降22.69%；觀影人次較21Q1亦下降27.19%至3.08億人次。22Q1的票房市場主要貢獻來自於春節檔電影，但是由於備受期待的《四海》、《奇跡》等頭部影片發揮不及預期，《長津湖》戰爭題材與春節檔調性不符以及黑馬《這個殺手不太冷靜》小體量喜劇片難以撐起後續票

房等多個因素疊加，春節檔後續發力不足，整體票房不及預期。對比21年和22年前17周電影票房情況，由於疫情多地復發，上海等主要貢獻票房城市影院大範圍關停，清明節檔、五一檔多數國產電影選擇撤檔，僅靠口碑不佳的海外進口片撐起檔期票房，檔期優勢不足以發揮，遠不及21年票房資料。

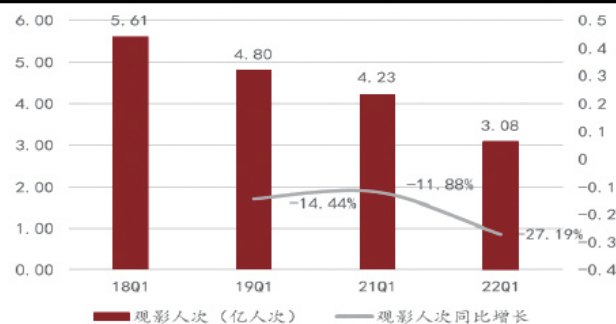
圖表11：18Q1-22Q1院線票房情況 (單位: 億元)



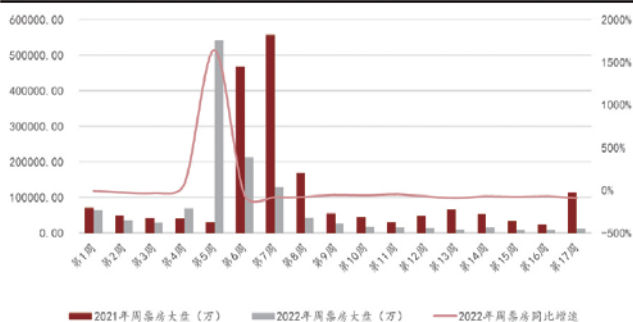
資料來源：

注：因2020年Q1影院處於停業狀態，故不予考慮；

圖表12：18Q1-22Q1觀影人次情況 (單位: 億人次)



圖表13：2021年與2022年前17周院線票房情況 (單位: 萬)

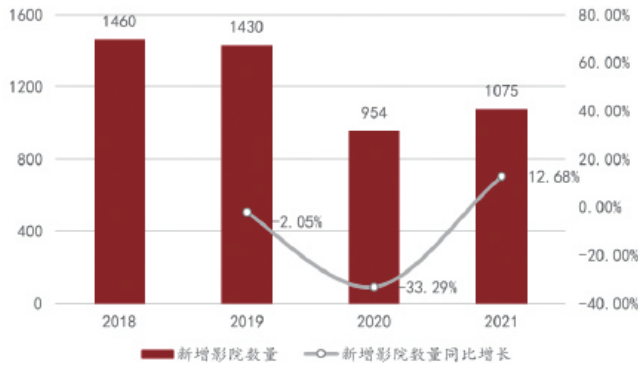


資料來源：貓眼專業版、萬聯證券研究所

注：數據截至22年5月1日。

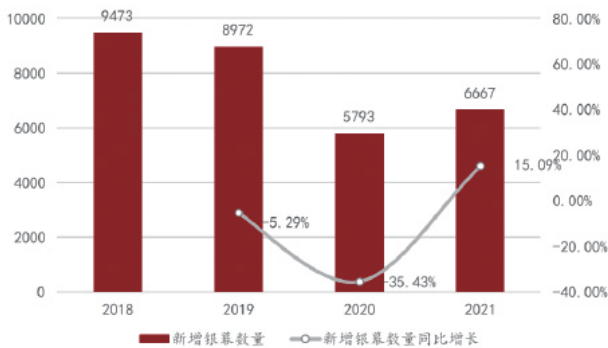
市場飽和疊加疫情不確定性，影院增長數量較疫情前有所放緩。根據拓普資料，2018年至2021年影院數量、銀幕數量不斷增長。隨著市場逐漸飽和以及疫情的不確定性，影院新建、銀幕新增數量較20年有所回升，但仍低於疫情前水準。

图表14: 2018-2021年新增影院情况



资料来源: 拓普数据、万联证券研究所

图表15: 2018-2021年新增银幕情况



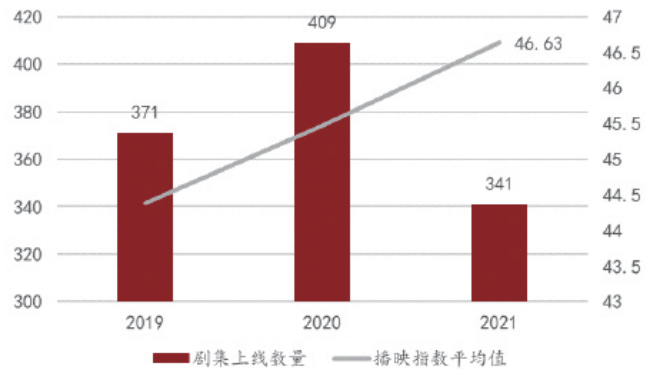
资料来源: 拓普数据、万联证券研究所

## (二) 數字媒體：22Q1視頻平台提質減量進程加速，精品化趨勢顯著

劇集精品化趨勢顯著，劇集類型呈現多元化態勢。受疫情和政策等因素影響，劇集供給端對劇集的開發和上線的態度越發謹慎，根據藝恩資料，21年電視劇上線數量呈現收縮趨勢，較20年相比下降16.63%至341部，較去年減少68部；片量減少的同時，劇46.63，「限集令」推動視頻平台資源傾向於「小而美」的優質短劇，劇集精品化趨勢越發顯著。從劇集類型來看，21年上線的高熱度劇集類型呈現多元化態勢，逐步擺脫「同質化」

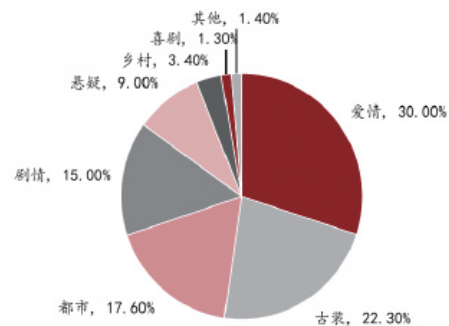
嚴重趨勢，滿足觀眾多樣化需求，其中女性題材劇集備受市場關注，例如《愛很美味》、《我在他鄉挺好的》均有不錯熱度及口碑表現。劇集類型佔比前三名仍然是愛情、古裝及都市，較20年愛情、都市、古裝、劇情及鄉村佔比均有提升，其中愛情劇佔比提升最為顯著。

图表16: 19-21年剧集上新数量、播映指数



资料来源: 艺恩数据、万联证券研究所

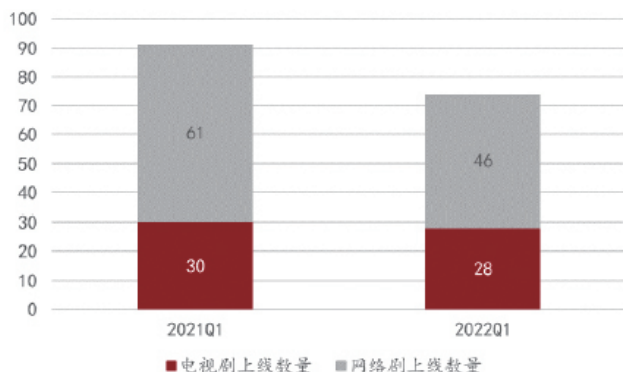
图表17: 21年上新剧集类型占比分布



资料来源: 艺恩数据、万联证券研究所

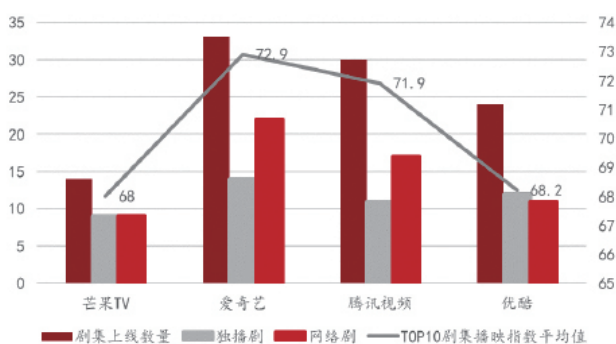
22Q1提質減量進程逐漸加速，愛奇藝質、量齊頭並進。較21年Q1相比，22年Q1劇集上線數量減少17部，主要原因在於網路劇上線數量減少，電視劇上線數量與去年持平；從劇集品質來看，22年電視劇和網路劇播映指數均值均呈現上升趨勢，品質逐步提升。從平台來看，22Q1愛奇藝全部劇集、網路劇及獨播劇上線數量均領先剩餘平台，佔據第一，同時憑藉《人世間》、《王牌部隊》、《心居》等多部高品質熱播劇以播映指數均值72.9佔據2022Q1播映指數TOP10劇集播映指數榜第一。

图表18: 22Q1剧集上新数量



资料来源: 艺恩数据、万联证券研究所

图表19: 22Q1各平台剧集数据

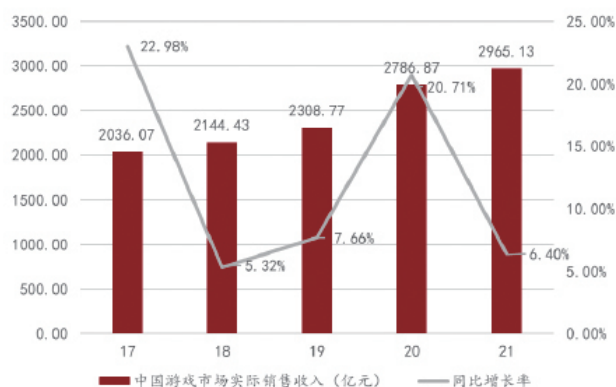


资料来源: 艺恩数据、万联证券研究所

### (三) 遊戲：22Q1收入增速減緩，防沉迷促進使用者結構趨向健康

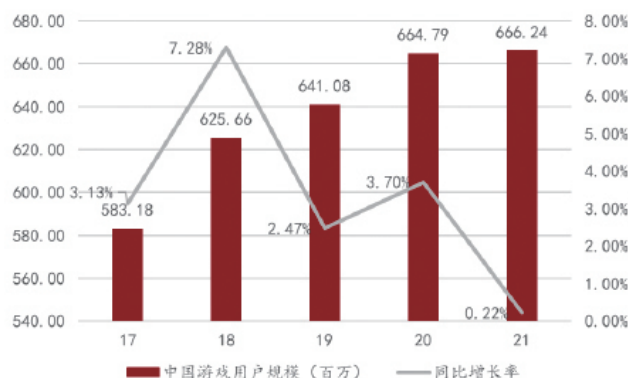
疫情紅利褪去收入增速減緩，防沉迷促進使用者結構趨向健康。根據伽馬資料，2021年，中國遊戲市場實際銷售收入2965.13億元，比2020年增加了178.26億元，同比增長6.40%。雖然實際銷售收入依然保持增長態勢，但是增幅比例較去年同比縮減近15%，去年新冠疫情下宅經濟的刺激效應逐漸減弱；年度爆款數量同比有所減少；遊戲研發和運營發行成本持續增加。2021年，中國遊戲使用者規模同比增長0.22%至6.66億人，遊戲人口趨於飽和，同時21年下半年防沉迷新規落地，未成年人保護收穫實效，使用者結構趨向健康合理。

图表20: 17-21年中国游戏市场实际销售收入(单位: 亿元)



资料来源: 伽马数据、万联证券研究所

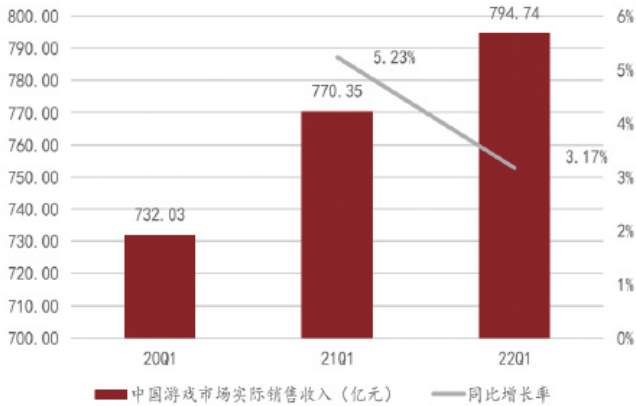
图表21: 17-21年中国游戏用户规模(单位: 百万)



资料来源: 伽马数据、万联证券研究所

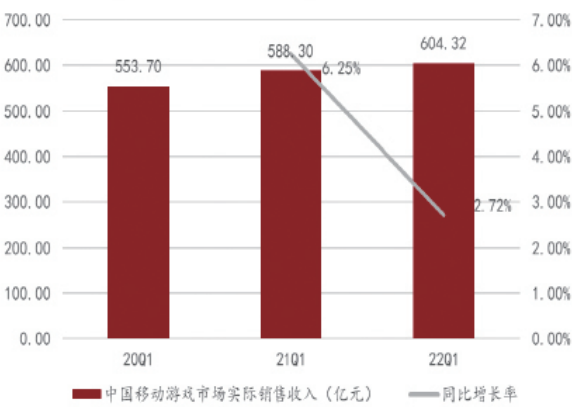
22Q1遊戲市場收入增速減緩，移動遊戲新遊表現不及去年。2022年Q1，中國遊戲市場實際銷售收入同比增長3.17%至794.74億元，低於21年同期同比增長率；中國移動遊戲市場實際銷售收入同比增長2.72%至604.32億元，低於21年同期的同比增長率，增長的主要原因是：一方面《原神》《夢幻西遊》等長線產品帶來流水增量；另一方面，新游《文明與征服》等產品帶來增量，但不及去年同期，同比增長率有所下降。

图表22: 20Q1-22Q1中国游戏市场实际销售收入(单位: 亿元)



资料来源: 伽马数据、万联证券研究所

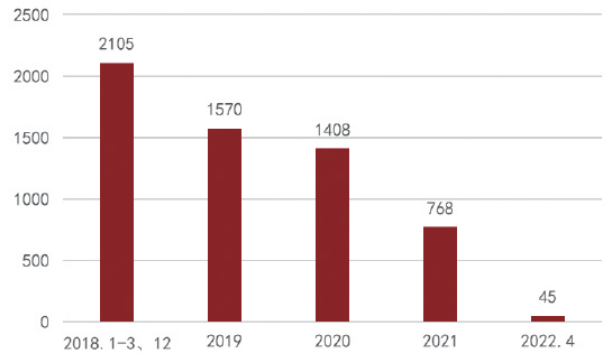
图表23: 20Q1-22Q1中国移动游戏市场实际销售收入(单位: 亿元)



资料来源: 伽马数据、万联证券研究所

版號再次恢復發放，遊戲市場將再度活躍。時隔263天，遊戲版號於4月8日發放，正式逐步恢復發放，於4月11日國家新聞出版署正式公告45個過審遊戲版號，較2021年7月數量有所下降。從2018年至今的版號發放數量變化趨勢來看，遊戲版號審批標準會更加嚴格，在政策領導下，對於整個遊戲市場實施全面淨化，促使新遊往優質化、精品化道路邁進，有利於整個行業長期健康持續發展。

图表24: 2018-2022年游戏版号发放情况



资料来源: 国家新闻出版署、万联证券研究所

#### (四)廣告行銷: 22Q1市場同比21Q1高基數相對疲軟，個人用品行業同比增幅顯著

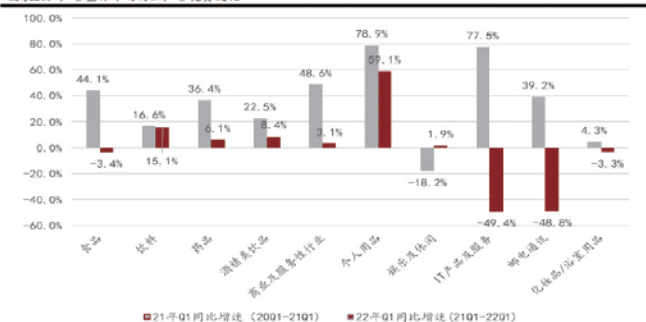
22Q1廣告市場相對疲軟，個人用品、飲料行業同比增幅顯著。22Q1廣告市場相比21Q1高基數相對疲軟，21Q1因疫情褪去，整體廣告市場重新活躍，刊例費用處於高基數，22Q1全媒體廣告較21年同期呈現相對疲軟狀態，其中2、3月廣告刊例費用同比分別減少7%、12.6%，3月花費環比下跌1.7%，跌幅較上月收窄13個百分點。分行業來看，22Q1同比增長幅度較高的為個人用品行業及飲料行業。個人用品行業廣告花費同比增長較顯著，漲幅為59.1%。該行業在多個廣告管道的投放均有提升，尤其在傳統戶外、電梯LCD和電梯海報同比分別增長69.5%、200.0%和352.3%；飲料行業廣告花費同比增長15.1%，在電梯LCD廣告花費同比上漲194.1%，在電梯海報的廣告花費同比上漲58.6%。

图表25: 21M1-22M3整体广告刊例费用变化



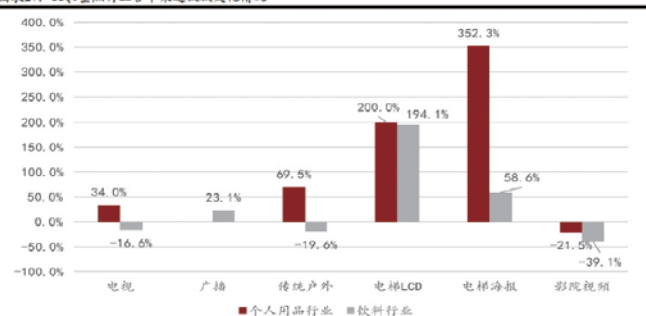
资料来源: CTR、万联证券研究所

图表26: 广告整体市场行业广告花费变化



资料来源: CTR, 万联证券研究所

图表27: 22Q1重点行业各个渠道投放变化情况

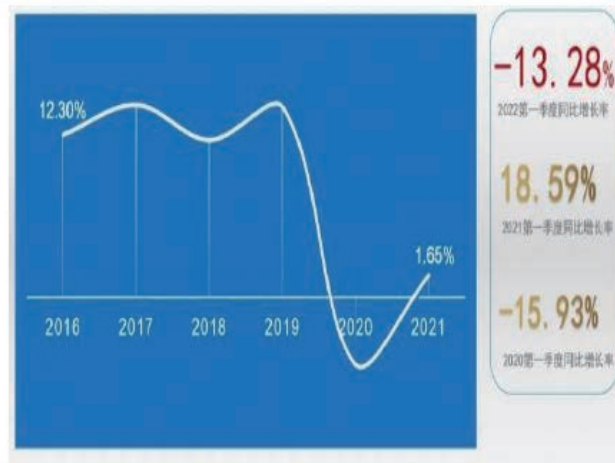


资料来源: CTR, 万联证券研究所

### (五) 出版：圖書零售市場再次受到疫情影響，少兒類碼洋比重再度上升

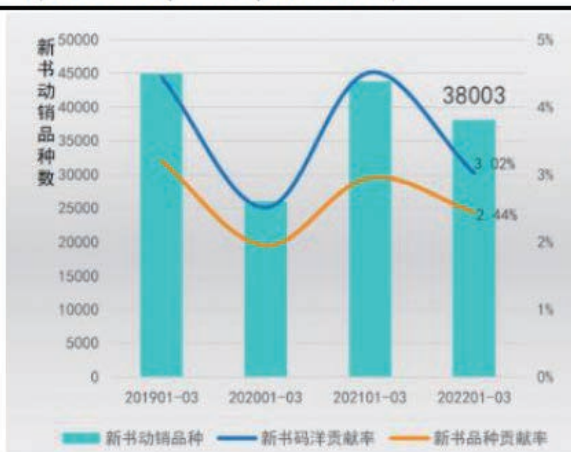
整體圖書零售市場情況較為嚴峻，網路管道首次出現負增長。2022Q1由於疫情反復對實體經濟打擊嚴重，就業形勢嚴峻，裁員加劇，居民就業不足導致收入有所下降，相圖書零售市場再度轉為負增長，同比下降13.28%。分管道來看，網店管道首次同比出現下降趨勢，減幅8.34%，主要原因在於22Q1全國多地出現疫情，對物流產生較大影響，這對高度依賴物流的網店也造成了打擊，使網店管道增速進一步下降，出現負增長；實體書店在疫情下的限流、封城等情況下，同比下降29.7%，情況依然嚴峻。從新書銷售情況來看，22Q1圖書零售市場新書品種數共38003種，較去年同期減少5820種，新書對整體市場的碼洋貢獻率和品種貢獻率也均有所下降。

图表28: 2016-2022Q1图书零售市场增长情况



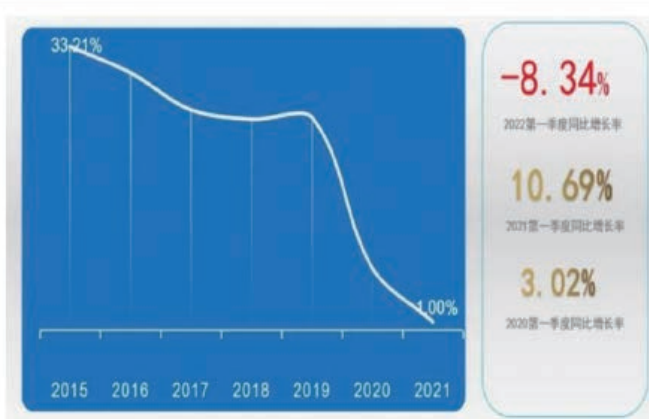
资料来源: 北京开卷, 万联证券研究所

图表29: 2019Q1-2022Q1新书动销情况



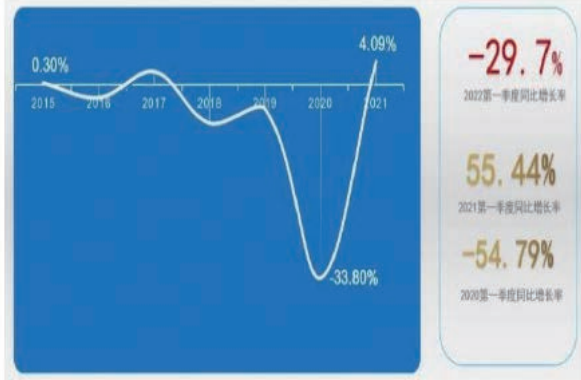
资料来源: 北京开卷, 万联证券研究所

图表30: 2015-2022Q1网络渠道增长情况



资料来源: 北京开卷, 万联证券研究所

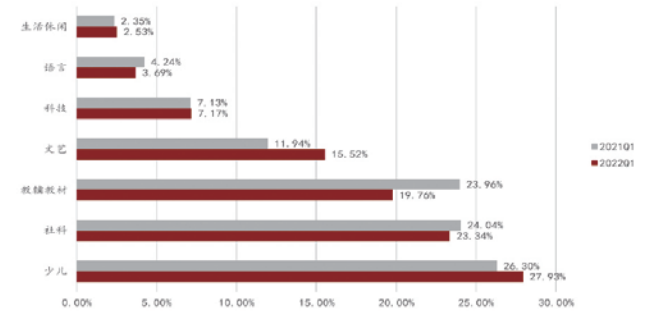
图表31: 2015-2022Q1实体书店渠道增长情况



资料来源: 北京开卷、万联证券研究所

少兒類碼洋比重進一步上升，文藝類恢復到疫前水準。從22Q1各類圖書的碼洋構成來看，少兒類是碼洋比重最大的類別，且碼洋比重進一步上升。與去年同期相比，教輔教材類碼洋比重有所收縮，而文藝類比重明顯擴大回升至15.52%，恢復到疫前水準。

图表32: 21Q1-22Q1各类型图书码洋构成情况



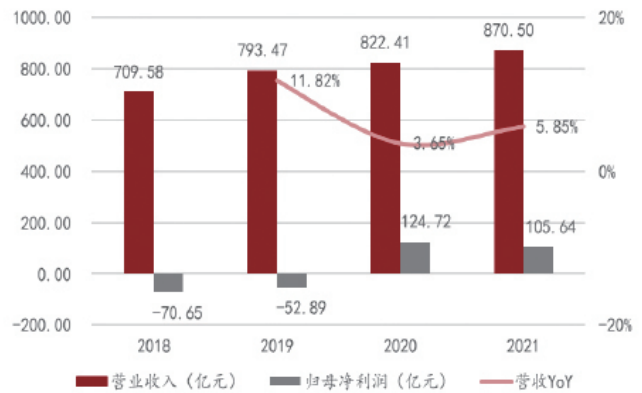
资料来源: 北京开卷、万联证券研究所

### 三. 行業子板塊概覽：22Q1遊戲臺塊業績持續亮眼，影視院線業績不及預期

#### (一) 遊戲：21年營收穩步遞增，22Q1營收、歸母淨利潤雙增長

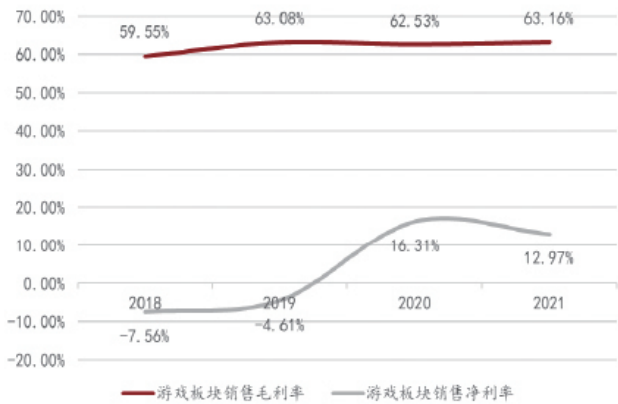
2021年遊戲臺塊實現營收870.50億元，同比上漲5.85%，歸母淨利潤105.64億元，同比下降15.3%。毛利率近年來持續穩定態勢，回蕩在60%左右，淨利率回落至12.97%。現金流情況有所回落，淨經營現金流淨值較去年同期下降至167.59億元，經營性現金淨流量／營業總收入比率下跌至19.25%，板塊整體收入變現率降低。

图表33: 游戏板块18-21年营收与归母净利润情况 (单位: 亿元)

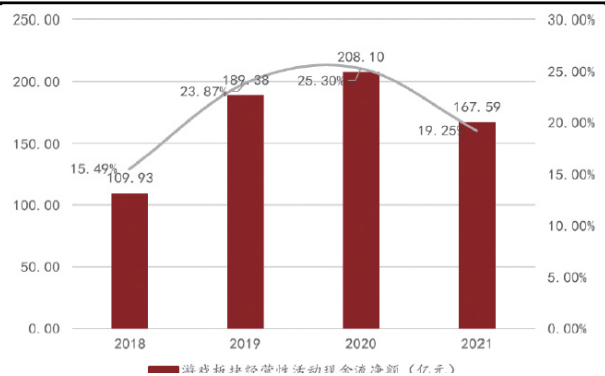


资料来源: iFIND、万联证券研究所

图表34: 游戏板块18-21年毛利率与净利率情况



资料来源: iFIND、万联证券研究所

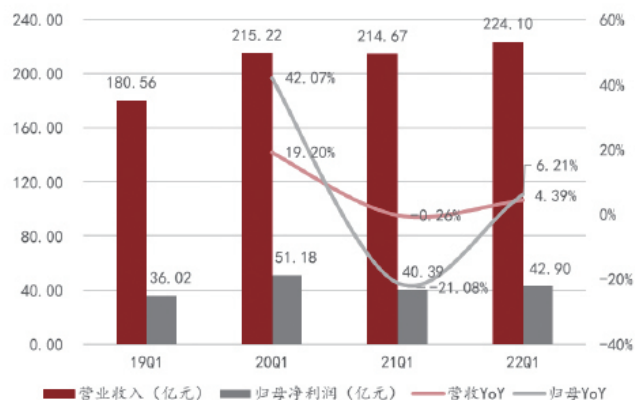


從單季度資料看，22Q1營收、歸母淨利潤雙增長，頭部公司三費下降致淨利率有所回升。22Q1營業收入224.10億元，同比上漲4.39%，環比上漲1.93%，



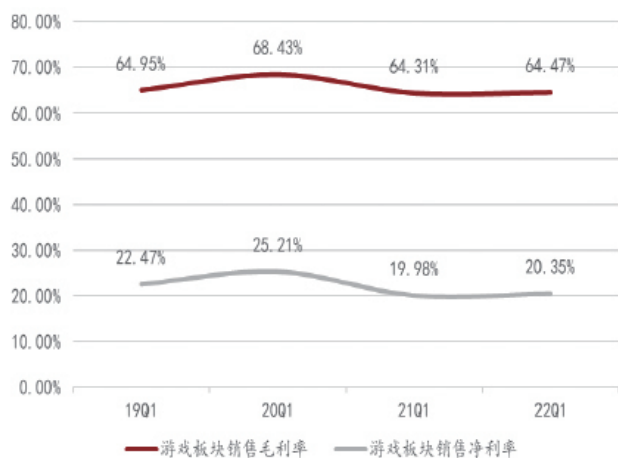
實現歸母淨利潤42.90億元，同比上漲6.21%，環比週期性實現扭虧轉盈。Q1期間三七互娛、世紀華通等頭部遊戲公司由於三費週期性下降，淨利率回升至20.35%。

图表36: 游戏板块19Q1-22Q1营收与归母净利润情况 (单位: 亿元)

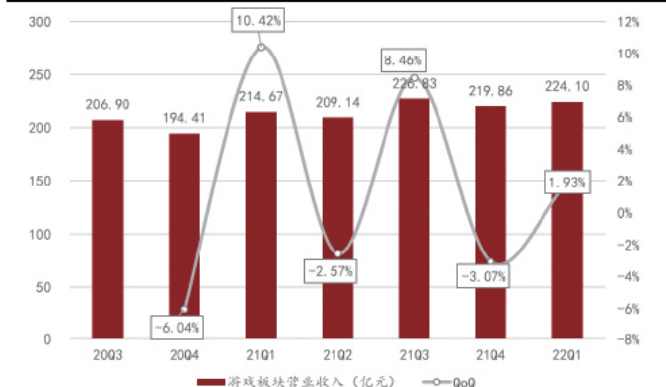


资料来源: iFinD、万联证券研究所

图表37: 游戏板块19Q1-22Q1毛利率与净利率情况

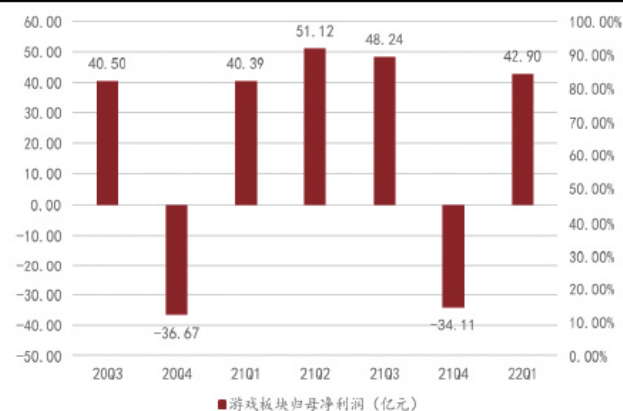


资料来源: iFinD、万联证券研究所



资料来源: iFinD、万联证券研究所

亿元)



资料来源: iFinD、万联证券研究所

個股方面，表現有所分化。遊戲臺塊36只成分股中6只個股實現歸母淨利潤轉盈為虧，6只個股實現營收和歸母淨利潤的雙重增長，分別為：三七互娛、昆侖萬維、愷英網路、星輝娛樂、盛天網路、ST瀚葉，且愷英網路實現營收增長幅度超過100%，三七互娛實現歸母淨利潤增長幅度超過500%。

图表40: 游戏板块个股22Q1营收、归母净利润表现情况

| 代码        | 名称    | 营业收入 (亿元) | 营业收入 YoY | 归母净利润 (亿元) | 归母 YoY  |
|-----------|-------|-----------|----------|------------|---------|
| 002555.SZ | 三七互娱  | 40.89     | 7.11%    | 7.60       | 550.82% |
| 002602.SZ | 世纪华通  | 35.20     | -11.92%  | 2.09       | -64.29% |
| 002624.SZ | 完美世界  | 21.28     | -4.60%   | 8.40       | 80.99%  |
| 603444.SH | 吉比特   | 12.29     | 9.98%    | 3.50       | -4.27%  |
| 300418.SZ | 昆仑万维  | 11.93     | 50.34%   | 3.74       | 19.53%  |
| 600633.SH | 浙数文化  | 10.43     | 37.49%   | 0.50       | -69.48% |
| 002517.SZ | 恺英网络  | 10.29     | 129.73%  | 2.48       | 66.67%  |
| 002605.SZ | 姚记科技  | 10.10     | 2.94%    | 0.92       | -53.77% |
| 300002.SZ | 神州泰岳  | 9.91      | 4.45%    | 0.63       | -18.24% |
| 300031.SZ | 宝通科技  | 6.62      | -9.62%   | 0.69       | -43.95% |
| 002558.SZ | 巨人网络  | 5.80      | 2.39%    | 2.71       | -15.42% |
| 002174.SZ | 游族网络  | 5.45      | -42.31%  | 0.80       | -57.36% |
| 002354.SZ | 天娱数科  | 4.97      | 76.09%   | 0.09       | -50.43% |
| 300533.SZ | 冰川网络  | 4.79      | 326.91%  | 2.17       | 扭亏为盈    |
| 300459.SZ | 汤姆猫   | 4.64      | -6.16%   | 1.83       | -20.04% |
| 300043.SZ | 星辉娱乐  | 3.69      | 32.00%   | (0.10)     | 87.89%  |
| 300315.SZ | 掌趣科技  | 3.29      | -6.85%   | 0.32       | -61.72% |
| 300494.SZ | 盛天网络  | 3.19      | 5.99%    | 0.53       | 36.22%  |
| 300113.SZ | 顺网科技  | 2.69      | 9.74%    | 0.31       | -9.79%  |
| 603258.SH | 电魂网络  | 2.27      | -13.75%  | 0.71       | -29.94% |
| 600715.SH | 文投控股  | 2.25      | -32.05%  | (0.80)     | 扭盈为亏    |
| 300518.SZ | 盛讯达   | 2.01      | 117.39%  | 0.08       | -74.20% |
| 002425.SZ | 凯撒文化  | 1.90      | -33.85%  | 0.17       | -88.98% |
| 600226.SH |       |           |          |            |         |
| 002445.SZ | 中南文化  | 1.16      | 11.82%   | 0.98       | -65.17% |
| 300467.SZ | 迅游科技  | 0.93      | -30.14%  | (0.19)     | 扭盈为亏    |
| 300299.SZ | 富春股份  | 0.79      | -13.90%  | 0.12       | 8.73%   |
| 300148.SZ | 天舟文化  | 0.73      | -32.03%  | (0.06)     | 扭盈为亏    |
| 002113.SZ | ST天润  | 0.70      | -42.62%  | (0.18)     | 扭盈为亏    |
| 300052.SZ | 中青宝   | 0.70      | -12.86%  | 0.04       | -42.13% |
| 600892.SH | 大晟文化  | 0.56      | 10.37%   | 0.01       | -62.63% |
| 300051.SZ | ST三五  | 0.43      | -21.45%  | (0.01)     | 扭盈为亏    |
| 002168.SZ | 惠程科技  | 0.42      | -43.44%  | (0.29)     | 13.56%  |
| 002447.SZ | *ST晨鑫 | 0.15      | -64.47%  | (0.12)     | 扭盈为亏    |
| 600652.SH | *ST游久 | 0.03      | -42.93%  | (0.12)     | -24.92% |

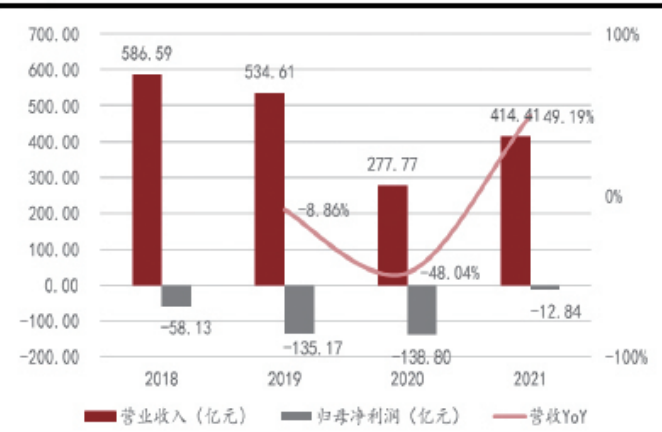
资料来源: iFind, 万联证券研究所

注: 表格按照营业收入从高到低排序, 下同。

## (二) 影視院線：22Q1營收、歸母均回落，疫情反復疊加檔期影片口碑不佳致整體業績不及預期

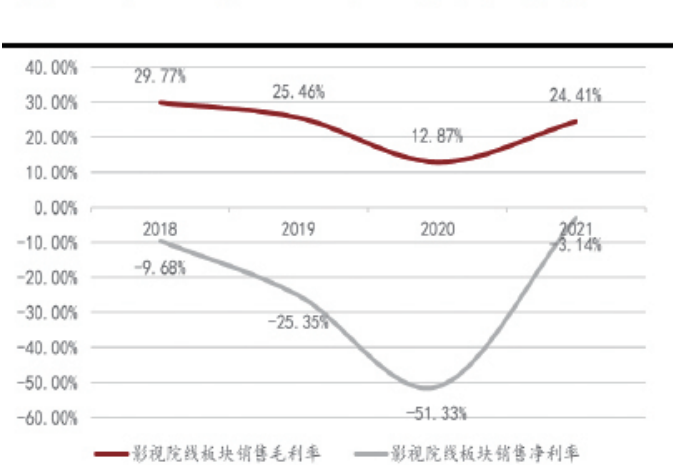
疫情情況緩解，業績開始復蘇，21年整體營收，歸母淨利潤呈大幅回升。2021年影視院線板塊實現營收414.41億元，同比大幅度上漲49.19%；歸母淨利潤為-12.84億元，虧損大幅縮減；毛利率與淨利率顯著上升，其中淨利率為-3.14%，毛利率上漲至24.41%。21年疫情緩解遏制現金流急劇惡化情況，各大檔期的高票房爆發，現金流顯著回升，回歸19年水準，上漲至97.37億元。

图表41: 影视院线板块18-21年营收与归母净利润情况 (单位: 亿元)



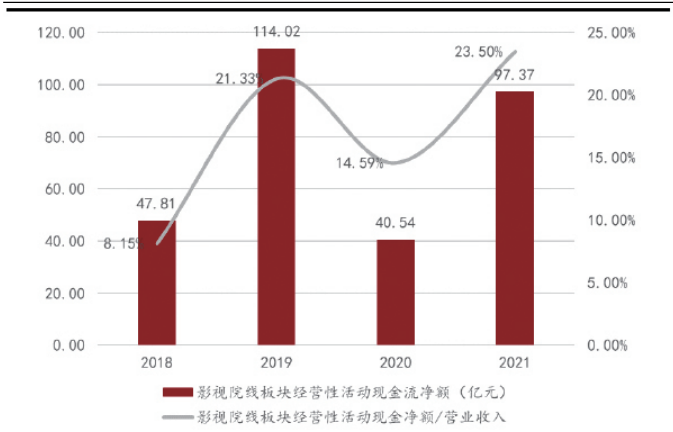
资料来源: iFind, 万联证券研究所

图表42: 影视院线板块18-21年毛利率与净利率情况



资料来源: iFind, 万联证券研究所

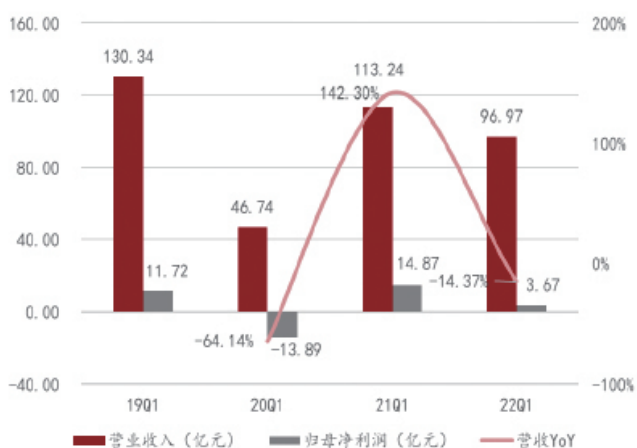
图表43: 影视院线板块18-21年经营性现金流量净额情况 (单位: 亿元)



资料来源: iFind, 万联证券研究所

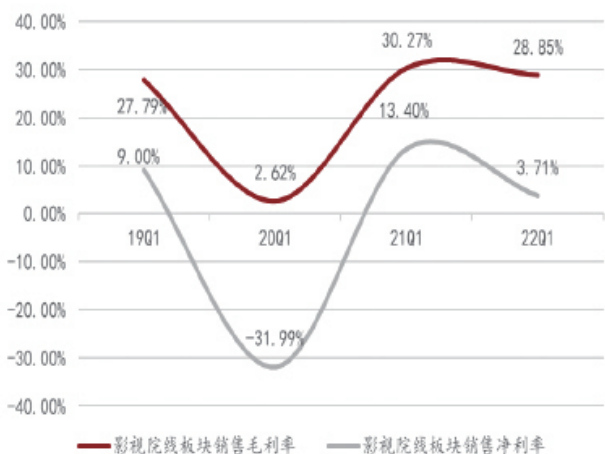
從單季度資料看，22Q1疫情多地復發，營收、歸母淨利潤回落。22Q1營業收入96.97億元，同比下降14.37%，實現歸母淨利潤3.67億元，逆轉21Q4的虧損狀況，但是較21Q1有所回落，同比下降75.34%，原因在於22年春節檔檔期電影表現不及預期、疫情多地復發致使影院部分暫停營業等。毛利率回落至28.85%，超過19Q1的27.79%，淨利率回落至3.71%。

图表44: 影视院线板块19Q1-22Q1营收与归母净利润情况 (单位: 亿元)



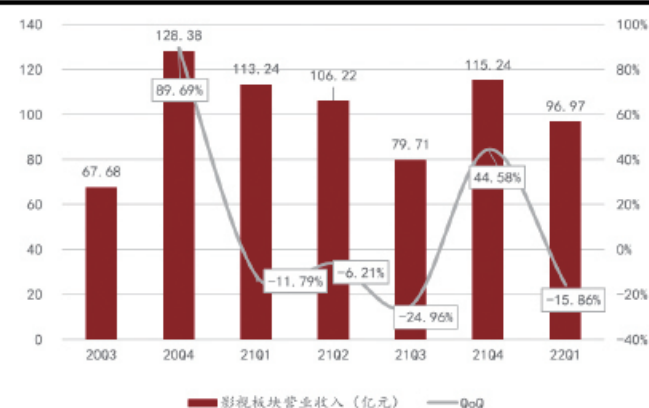
资料来源: iFinD, 万联证券研究所

图表45: 影视院线板块19Q1-22Q1毛利率与净利率情况



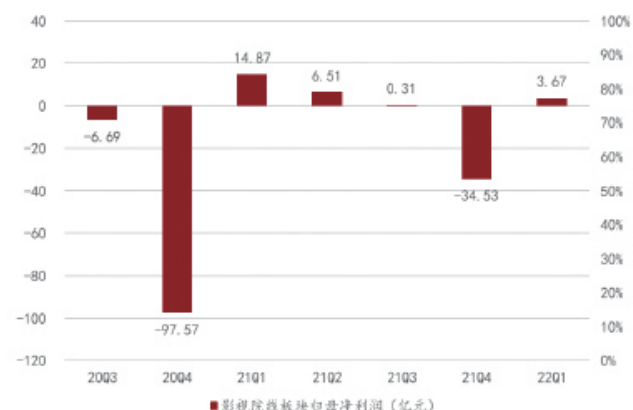
资料来源: iFinD, 万联证券研究所

图表46: 影视院线板块20Q3-22Q1营收情况 (单位: 亿元)



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

图表47: 影视院线板块20Q3-22Q1归母净利润情况 (单位: 亿元)



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

個股方面，核心檔期票房發揮不及預期，業績有所回落。影視院線板塊22只成分股中僅有捷成股份實現營收、歸母淨利潤雙增長，慈文傳媒實現扭虧為盈，有7家歸母淨利潤轉盈為虧。主要原因在於核心檔期重點影片口碑不佳，發揮不及預期，同時3月份疫情復發，多地影院暫停運營，導致整體板塊業績發揮不及預期。

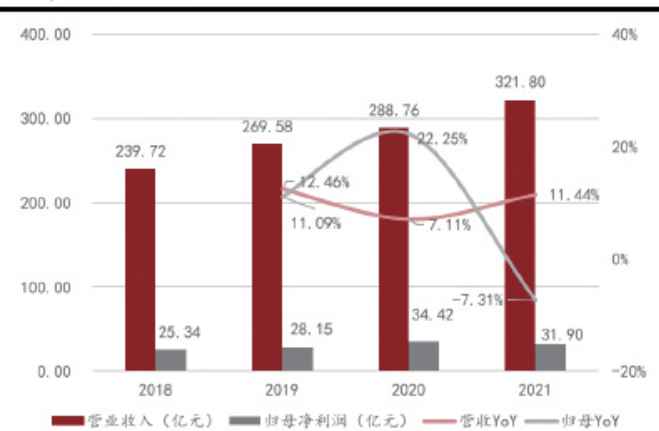
图表48: 影视院线板块个股22Q1营收、归母净利润表现情况

| 代码        | 名称    | 营业收入(亿元) | 营业收入YoY  | 归母净利润(亿元) | 归母YoY    |
|-----------|-------|----------|----------|-----------|----------|
| 002739.SZ | 万达电影  | 34.61    | -16.01%  | 0.45      | -91.42%  |
| 300182.SZ | 捷成股份  | 9.88     | 33.44%   | 2.90      | 197.62%  |
| 600977.SH | 中国电影  | 9.46     | -24.83%  | 1.16      | -19.32%  |
| 603103.SH | 横店影视  | 6.80     | -18.89%  | 0.75      | -55.90%  |
| 002292.SZ | 奥飞娱乐  | 6.68     | -0.74%   | (0.31)    | 转盈为亏     |
| 300133.SZ | 华策影视  | 4.71     | -66.38%  | 1.14      | -16.90%  |
| 300251.SZ | 光线传媒  | 4.41     | 83.94%   | 0.75      | -62.41%  |
| 002343.SZ | 慈文传媒  | 3.75     | 2968.77% | 0.45      | 扭亏为盈     |
| 002905.SZ | 金逸影视  | 3.66     | -24.27%  | (0.42)    | 转盈为亏     |
| 002699.SZ | 美盛文化  | 2.78     | 74.38%   | (0.05)    | 转盈为亏     |
| 300528.SZ | 幸福蓝海  | 2.15     | -15.21%  | (0.38)    | -799.29% |
| 000892.SZ | 欢瑞世纪  | 1.82     | 548.63%  | 0.12      | -33.48%  |
| 601595.SH | 上海电影  | 1.57     | -29.42%  | (0.01)    | 转盈为亏     |
| 300027.SZ | 华谊兄弟  | 1.32     | -66.69%  | (1.32)    | 转盈为亏     |
| 002502.SZ | 鼎龙文化  | 1.30     | 12.52%   | (0.11)    | -605.03% |
| 603721.SH | 中广天择  | 0.60     | 17.26%   | (0.01)    | 转盈为亏     |
| 300291.SZ | 华录百纳  | 0.54     | -74.84%  | (0.17)    | 转盈为亏     |
| 600576.SH | 祥源文化  | 0.35     | -11.26%  | 0.03      | -44.70%  |
| 600052.SH | 东望时代  | 0.26     | 649.71%  | (0.26)    | -823.10% |
| 000673.SZ | *ST当代 | 0.25     | -30.62%  | (0.25)    | 1.77%    |
| 000802.SZ | ST鼎文  | 0.05     | -68.61%  | (0.21)    | 22.57%   |
| 300426.SZ | 唐德影视  | 0.03     | -85.85%  | (0.59)    | 6.67%    |

(三) 数字媒体：22Q1营收、归母同比回落，头部公司受疫情影响业绩发挥不及预期

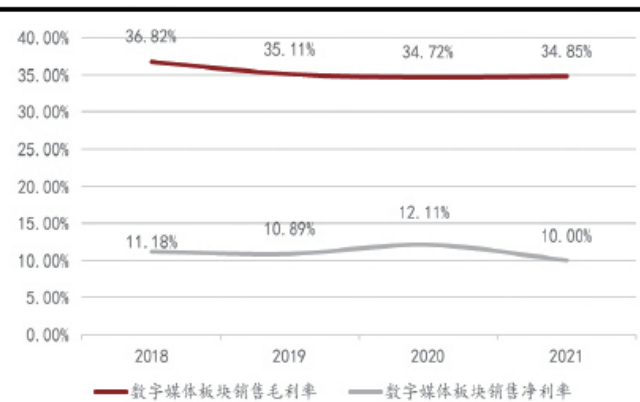
2021年數位媒體板塊實現營收321.80億元，同比上漲11.44%；歸母淨利潤為31.90億元，同比下降7.31%；毛利率輕微回升至34.85%；淨利率下滑至10.00%。淨經營現金流下降，由20年的20.35億元下降至19.44億元，板塊整體收入變現率降低。

图表49: 数字媒体板块18-21年营收与归母净利润情况 (单位: 亿元)



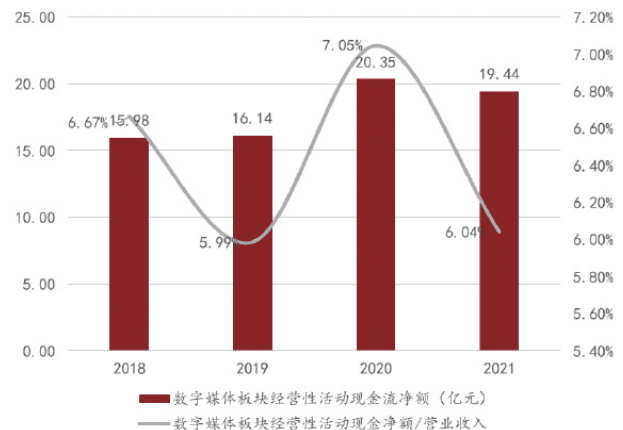
资料来源: iFind, 万联证券研究所

图表50: 数字媒体板块18-21年毛利率与净利率情况



资料来源: iFind, 万联证券研究所

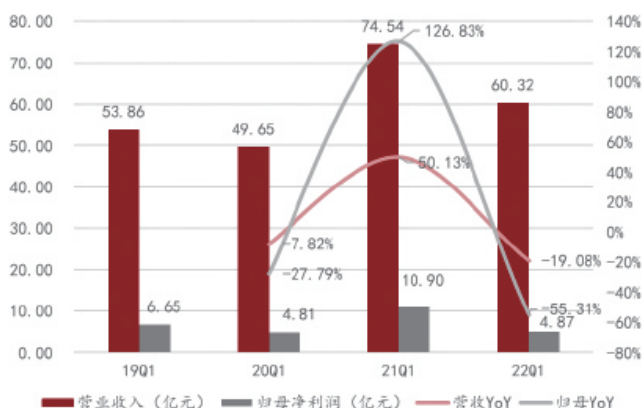
图表51: 数字媒体板块18-21年经营性现金流量净额情况 (单位: 亿元)



资料来源: iFind, 万联证券研究所

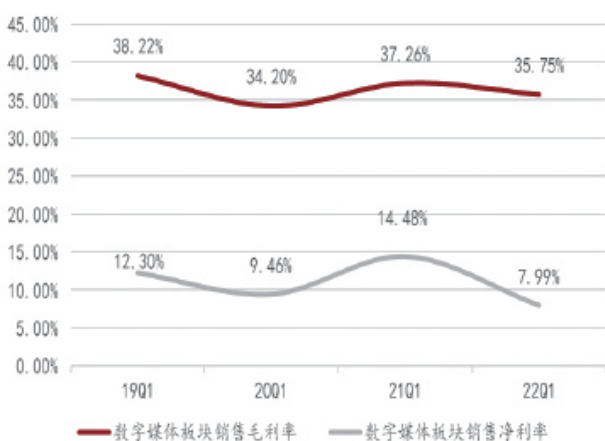
22Q1营收、归母同比回落，头部公司受疫情影响业绩发挥不及预期。從單季度資料看，60.32億元，同比下降19.08%，環比下降31.88%；實現歸母淨利潤4.87億元，同比下降55.31%，環比上漲53.59%；毛利率，淨利率有所回落。主要原因在於頭部公司芒果超媒受疫情反復影響，多部頭部綜藝、影視劇集拍攝進度有所延緩，例如原定Q1上線的《聲生不息》延至Q2上線，整體業績發揮不及預期。

图表52: 数字媒体板块19Q1-22Q1营收与归母净利润情况 (单位: 亿元)



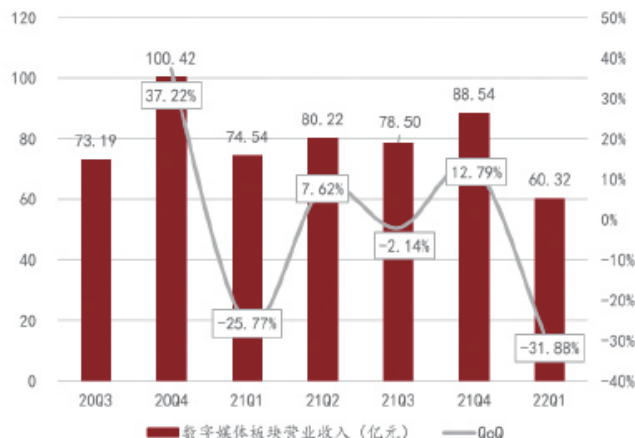
资料来源: iFinD、万联证券研究所

图表53: 数字媒体板块19Q1-22Q1毛利率与净利率情况



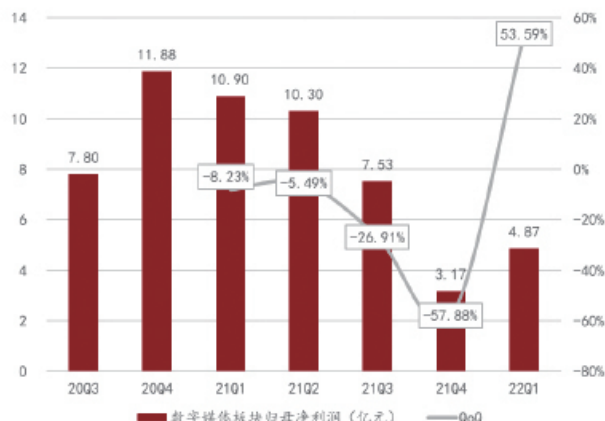
资料来源: iFinD、万联证券研究所

图表54: 数字媒体板块20Q3-22Q1营收情况 (单位: 亿元)



资料来源: iFinD、万联证券研究所

图表55: 数字媒体板块20Q3-22Q1归母净利润情况 (单位: 亿元)



资料来源: iFinD、万联证券研究所

個股方面，絕大部分個股業績不及預期。數字媒體板塊11只成分股中僅新華網實現營收、歸母雙增長，有4只個股歸母淨利潤轉盈為虧，分別是掌閱科技、風語築、返利科技、值得買。

图表56: 数字媒体板块个股22Q1营收、归母净利润表现情况

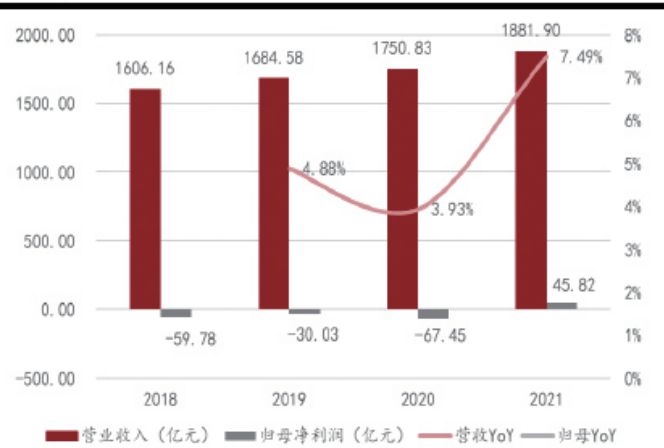
| 代码        | 名称   | 营业收入 (亿元) | 营业收入 YoY (%) | 归母净利润 (亿元) | 归母 YoY (%) |
|-----------|------|-----------|--------------|------------|------------|
| 300413.SZ | 芒果超媒 | 31.24     | -22.08%      | 5.07       | -34.39%    |
| 600640.SH | 新国脉  | 8.62      | -10.56%      | (0.10)     | 33.14%     |
| 603533.SH |      |           |              |            |            |
| 603000.SH | 人民网  | 3.20      | -8.41%       | (0.14)     | 33.40%     |
| 603888.SH | 新华网  | 3.03      | 9.03%        | 0.20       | 197.94%    |
| 300785.SZ | 值得买  | 2.51      | 6.55%        | (0.22)     | 转盈为亏       |
| 603466.SH | 风语筑  | 2.42      | -59.89%      | (0.16)     | 转盈为亏       |
| 000681.SZ | 视觉中国 | 1.55      | 11.79%       | 0.31       | -26.48%    |
| 002095.SZ | 生唐宝  | 1.27      | -7.63%       | 0.06       | -17.54%    |
| 600228.SH | 返利科技 | 0.66      | -30.78%      | (0.06)     | 转盈为亏       |
| 300295.SZ | 三六五网 | 0.62      | -31.60%      | 0.05       | -83.62%    |

资料来源: iFinD、万联证券研究所

(四)廣告行銷：21年營收穩步增長，歸母扭虧為盈，22Q1歸母環比大幅回升

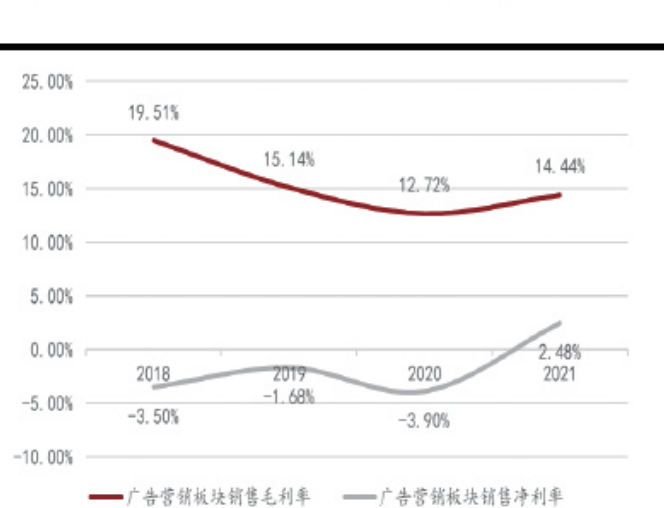
疫情回暖，21年營收穩步增長，歸母淨利潤扭虧為盈。2021年廣告行銷板塊實現營收1881.90億元，同比增長7.49%；歸母淨利潤扭虧為盈，為45.82億元；毛利率與淨利率均有所回升，經營性現金流淨額較去年同期增長，上升至115.71億元，板塊整體收入變現率上升。

圖表57: 廣告營銷板塊18-21年營收與歸母淨利潤情況 (單位: 億元)



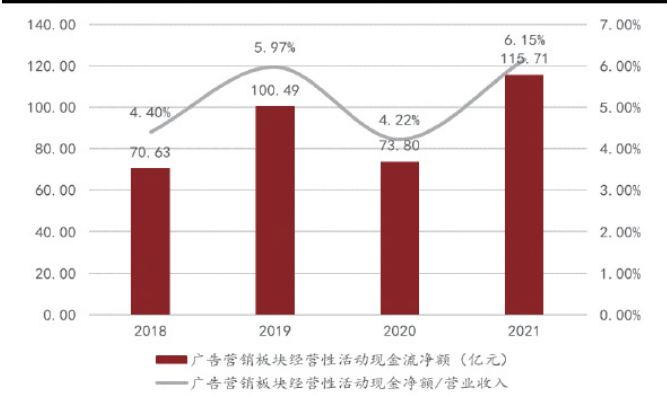
資料來源: iFinD、萬聯證券研究所

圖表58: 廣告營銷板塊18-21年毛利率與淨利率情況



資料來源: iFinD、萬聯證券研究所

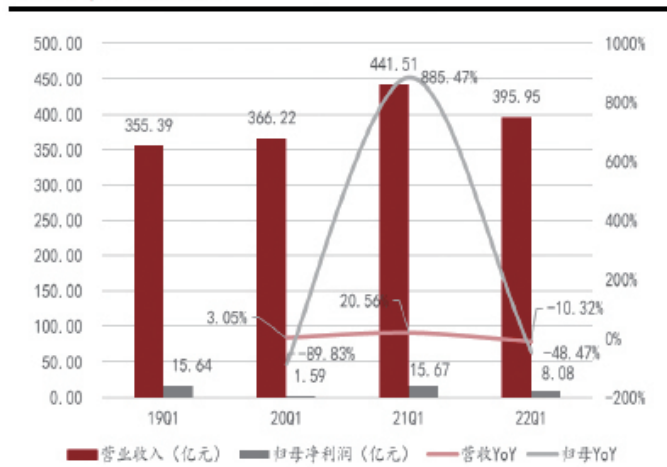
圖表59: 廣告營銷板塊18-21年經營性現金流量淨額情況



資料來源: iFinD、萬聯證券研究所

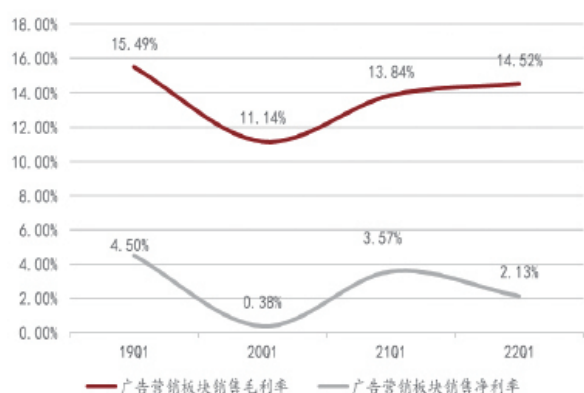
22Q1營收、歸母同比回落，歸母環比大幅回升。22Q1營業收入395.95億元，同比下降10.32%，環比下降17.04%；實現歸母淨利潤8.08億元，同比下降48.47%。毛利率延續上漲趨勢，上漲至14.52%，淨利率回落至2.13%。

圖表60: 廣告營銷板塊19Q1-22Q1營收與歸母淨利潤情況 (單位: 億元)



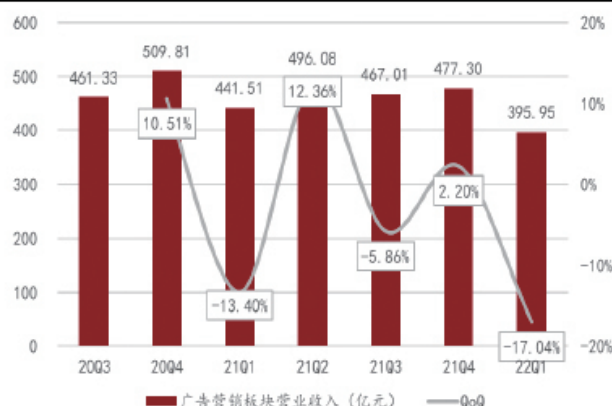
資料來源: iFinD、萬聯證券研究所

图表61: 广告营销板块19Q1-22Q1毛利率与净利率情况



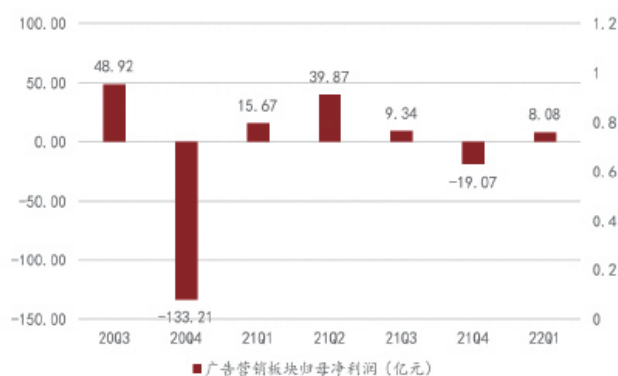
资料来源: iFind, 万联证券研究所

图表62: 广告营销板块20Q3-22Q1营收情况 (单位: 亿元)



资料来源: iFind, 万联证券研究所

图表63: 广告营销板块20Q3-22Q1归母净利润情况 (单位: 亿元)



资料来源: iFind, 万联证券研究所

個股方面，2022年Q1廣告行銷板塊36只成分股中有7家實現營收、歸母淨利潤雙增長。其中聯創股份、星期六實現歸母利潤超過800%的增長。

图表64: 广告营销板块个股22Q1营收、归母净利润表现情况

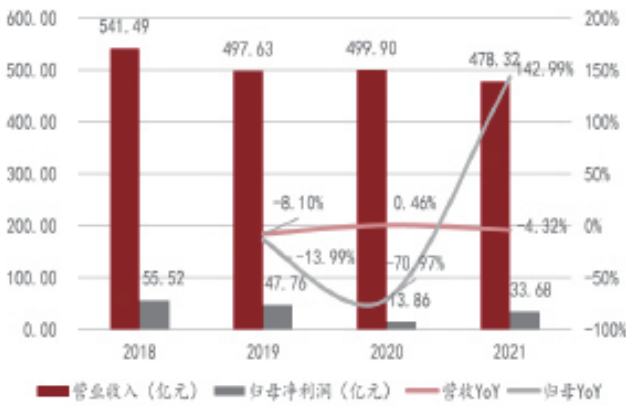
| 代码        | 名称    | 营业收入 (亿元) | 营业收入 YoY | 归母净利润 (亿元) | 归母 YoY   |
|-----------|-------|-----------|----------|------------|----------|
| 300058.SZ | 蓝色光标  | 77.82     | -25.11%  | 0.33       | -91.00%  |
| 002131.SZ | 利欧股份  | 47.13     | 8.20%    | (8.29)     | -63.29%  |
| 600986.SH | 浙文互联  | 40.83     | 45.04%   | 0.35       | -25.95%  |
| 002027.SZ | 分众传媒  | 29.39     | -18.19%  | 9.29       | -32.12%  |
| 002400.SZ | 省广集团  | 27.37     | 1.68%    | 0.46       | 1.85%    |
| 603825.SH | 华扬联众  | 26.85     | 11.92%   | 0.19       | 28.76%   |
| 300063.SZ | 天龙集团  | 26.01     | -5.62%   | 0.19       | -35.19%  |
| 600556.SH | 天下秀   | 11.59     | 36.16%   | 0.93       | 12.43%   |
| 605168.SH | 三人行   | 8.95      | 58.83%   | 0.60       | 13.07%   |
| 002712.SZ | 思美传媒  | 8.47      | -18.74%  | (0.14)     | 转盈为亏     |
| 002995.SZ | 天地在线  | 8.26      | -15.98%  | (0.16)     | 转盈为亏     |
| 000676.SZ | 智度股份  | 8.19      | -55.92%  | 0.31       | -62.53%  |
| 603598.SH | 引力传媒  | 8.07      | -39.22%  | 0.00       | -98.73%  |
| 002291.SZ | 星期六   | 8.03      | 60.04%   | 0.87       | 824.20%  |
| 300038.SZ | *ST教知 | 6.29      | -28.13%  | (0.20)     | 89.87%   |
| 300343.SZ | 联创股份  | 6.11      | 83.90%   | 3.08       | 2207.72% |
| 300805.SZ | 电声股份  | 5.72      | -22.55%  | (0.06)     | -130.42% |
| 300242.SZ | 佳云科技  | 5.55      | -70.62%  | (0.17)     | 转盈为亏     |
| 300280.SZ | 紫天科技  | 5.37      | 4.14%    | 0.65       | -56.72%  |
| 002103.SZ | 广博股份  | 4.20      | -34.19%  | (0.15)     | 转盈为亏     |
| 000607.SZ | 华媒控股  | 3.77      | -4.30%   | 0.01       | -83.22%  |
| 300071.SZ | *ST嘉信 | 2.59      | 10.60%   | 0.23       | 扭亏为盈     |
| 300061.SZ | 旗天科技  | 2.41      | -3.00%   | 0.10       | 扭亏为盈     |
| 002247.SZ | 聚力文化  | 2.26      | -5.75%   | 0.00       | -98.16%  |
| 002137.SZ |       |           |          |            |          |
| 600088.SH | 中视传媒  | 2.01      | 0.56%    | (0.31)     | -133.97% |
| 300269.SZ | ST联建  | 1.99      | -1.31%   | (0.12)     | 61.37%   |
| 300612.SZ | 宜亚国际  | 1.91      | 16.20%   | 0.09       | 扭亏为盈     |
| 600358.SH | 国旅联合  | 1.63      | -6.42%   | 0.08       | 扭亏为盈     |
| 603729.SH | ST龙韵  | 1.56      | -9.91%   | 0.03       | -56.39%  |
| 300781.SZ | 因赛集团  | 1.20      | -19.02%  | 0.12       | 1.81%    |
| 002591.SZ | 恒大高新  | 1.07      | -23.26%  | (0.03)     | 转盈为亏     |
| 002188.SZ | *ST巴士 | 0.65      | 2747.37% | 0.34       | 138.05%  |
| 300392.SZ | *ST腾信 | 0.36      | -83.77%  | (0.21)     | 29.75%   |
| 300336.SZ | *ST新文 | 0.26      | -53.43%  | (0.20)     | -74.23%  |
| 600242.SH | *ST中昌 | 0.03      | -98.55%  | (0.33)     | -276.27% |

资料来源: iFind, 万联证券研究所

(五) 廣播電視：21年營收持續下跌，22Q1營收、歸母同比上漲

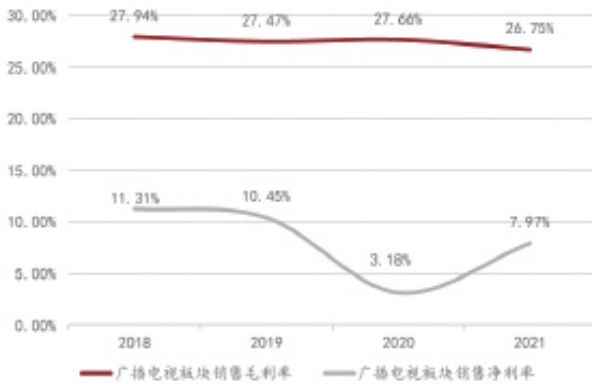
21營收持續下跌，歸母大幅回升，毛利率維穩，淨利率顯著上漲。疫情緩解新使用者開拓放開，廣告代理等延伸業務逐漸恢復，但仍受到互聯網視頻、寬頻提速降費的競爭壓力，2021年廣播電視板塊實現營收478.32億元，同比下降4.32%；歸母淨利潤為33.68億元，同比大幅上漲142.99%，主要系電廣傳媒業績大幅回升所致；板塊淨利率顯著回升，上漲至7.97%。經營性現金流回升至124.35億元，板塊整體收入變現率上升。

图表65: 广播电视板块18-21年营收与归母净利润情况 (单位: 亿元)



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

图表66: 广播电视板块18-21年毛利率与净利率情况



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

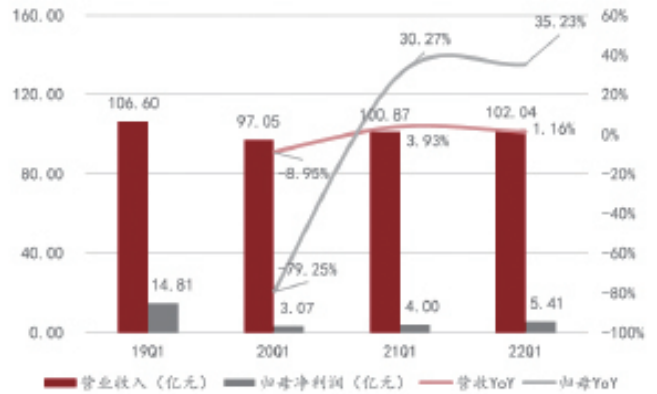
图表67: 广播电视板块18-21年经营性现金流量净额情况 (单位: 亿元)



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

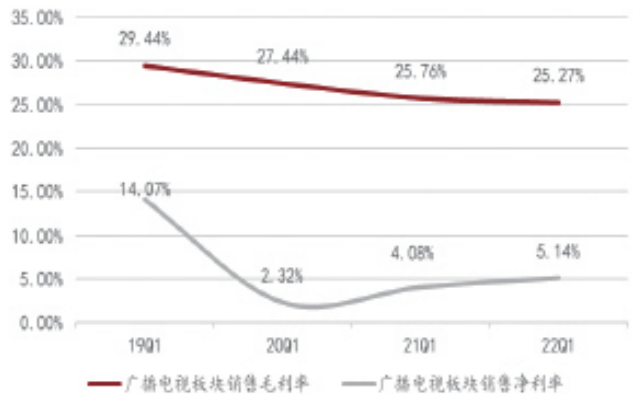
22Q1 營收、歸母同比上漲，環比呈現週期動盪。22Q1 營業收入 102.04 億元，同比增長 1.16%，實現歸母淨利潤 5.41 億元，同比上漲 35.23%，營收、歸母淨利潤環比呈現週期性動盪。毛利率呈現持續下跌趨勢，下降至 25.27%，淨利率回升至 5.14%，仍遠低於 19Q1 的 14.07%。

图表68: 广播电视板块19Q1-22Q1营收与归母净利润情况 (单位: 亿元)



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

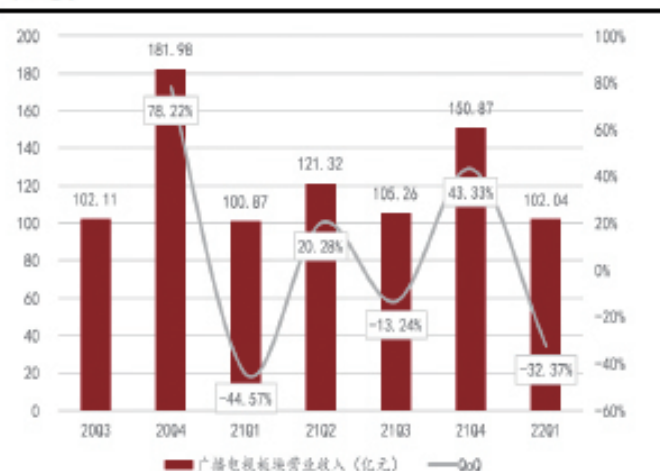
图表69: 广播电视板块19Q1-22Q1毛利率与净利率情况



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

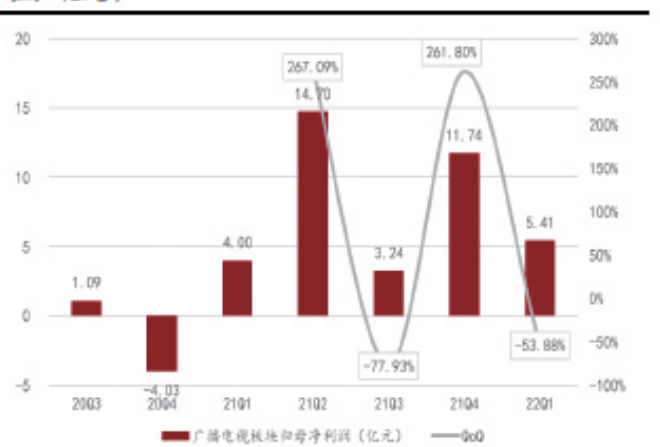


图表70: 广播电视板块20Q3-22Q1营收情况(单位: 亿元)



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

图表71: 广播电视板块20Q3-22Q1归母净利润情况(单位: 亿元)



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

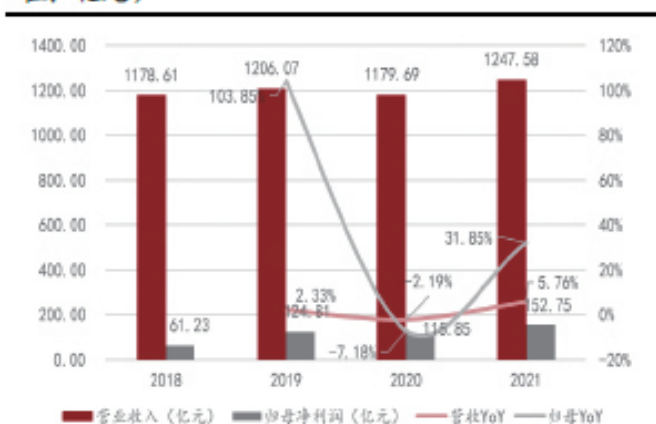
个股方面, 22Q1广播电视板块13只成分股中有4家实现营收、归母净利润双增长, 分别为华数传媒、江苏有线、新媒股份、流金岁月。华数传媒、江苏有线作为板块龙头公司, 贡献业绩主力, 分别实现归母同比增长11.21%、26.20%。

图表72: 广播电视板块个股22Q1营收、归母净利润表现情况

| 代码        | 名称   | 营业收入 (亿元) | 营业收入 YoY | 归母净利润 (亿元) | 归母 YoY  |
|-----------|------|-----------|----------|------------|---------|
| 000156.SZ | 华数传媒 | 19.73     | 19.11%   | 1.52       | 11.21%  |
| 600959.SH | 江苏有线 | 17.52     | 3.19%    | 0.92       | 26.20%  |
| 600637.SH | 东方明珠 | 16.98     | -15.99%  | 1.80       | -36.29% |
| 000917.SZ | 电广传媒 | 9.26      | -3.80%   | 0.31       | 61.36%  |
| 600996.SH | 贵广网络 | 6.16      | 27.32%   | 0.03       | 扭亏为盈    |
| 600831.SH | 广电网络 | 6.11      | 3.63%    | 0.12       | -32.17% |
| 600037.SH | 歌华有线 | 5.20      | -4.34%   | 0.98       | 扭亏为盈    |
| 000665.SZ | 湖北广电 | 4.79      | -11.46%  | (1.02)     | -77.63% |
| 601929.SH | 吉视传媒 | 4.37      | -0.71%   | 0.12       | -38.77% |
| 300770.SZ | 新媒股份 | 3.88      | 19.26%   | 1.72       | 6.06%   |
| 002238.SZ | 天威视讯 | 3.39      | -7.29%   | 0.15       | -37.33% |
| 600936.SH | 广西广电 | 3.10      | -15.31%  | (1.35)     | -55.13% |
| 834021.BJ | 流金岁月 | 1.54      | 64.65%   | 0.14       | 47.22%  |

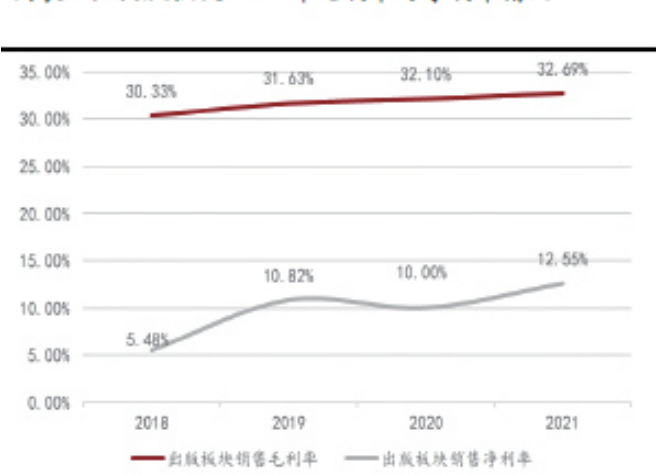
资料来源: iFinD, 万联证券研究所

图表73: 出版板块18-21年营收与归母净利润情况(单位: 亿元)



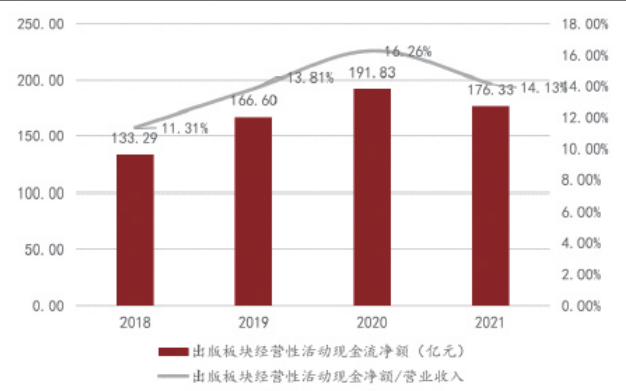
资料来源: iFinD, 万联证券研究所

图表74: 出版板块18-21年毛利率与净利率情况



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

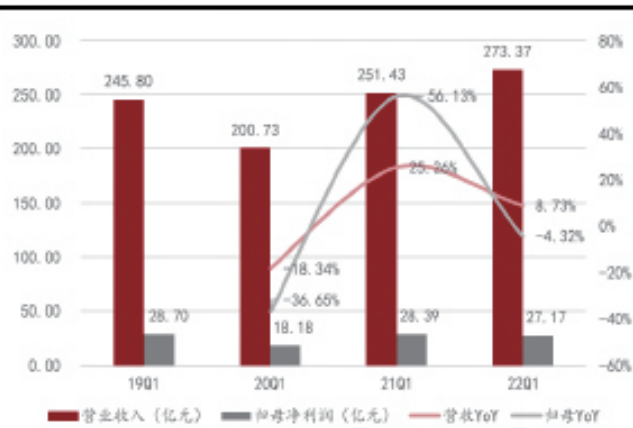
图表75: 出版板块18-21年经营性现金流量净额情况(单位: 亿元)



资料来源: iFind, 万联证券研究所

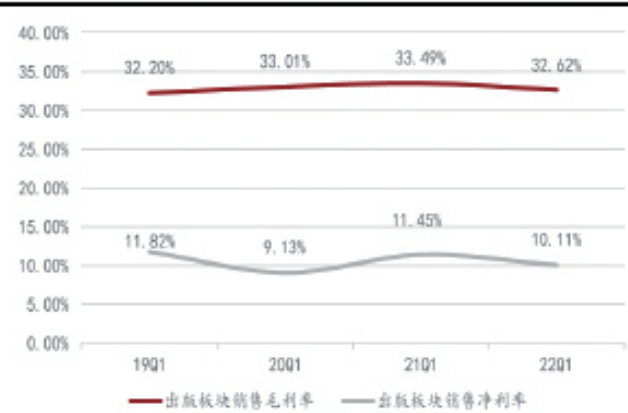
疫情反复, 22Q1业绩环比下降。22Q1营业收入273.37亿元, 同比增长8.73%, 环比下降26.64%; 实现归母净利润27.17亿元, 同比下降4.32%, 环比下降28.41%。毛利率, 净利率小幅度下降。

图表76: 出版板块19Q1-22Q1营收与归母净利润情况(单位: 亿元)



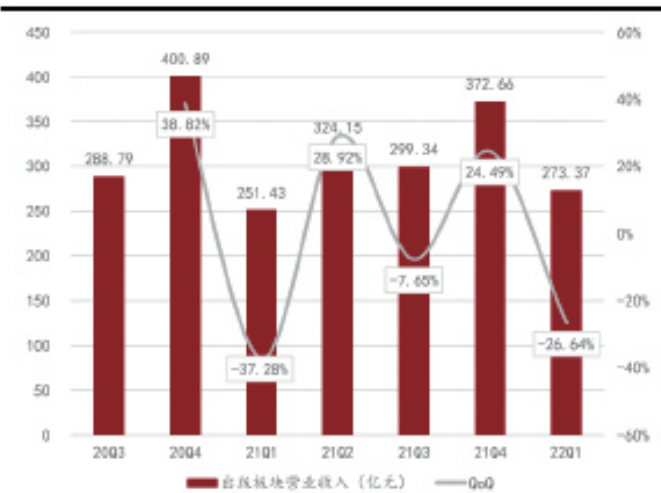
资料来源: iFind, 万联证券研究所

图表77: 出版板块19Q1-22Q1毛利率与净利率情况



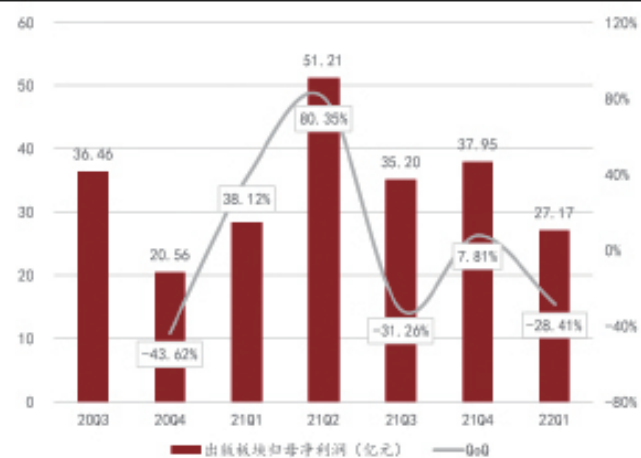
资料来源: iFind, 万联证券研究所

图表78: 出版板块20Q3-22Q1营收情况(单位: 亿元)



资料来源: iFind, 万联证券研究所

图表79: 出版板块20Q3-22Q1归母净利润情况(单位: 亿元)



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

个股方面, 半数公司实现营收、归母同比双增长。出版板块24只成分股中有12家实现营收、归母净利润双增长。

图表80: 出版板块个股22Q1营收、归母净利润表现情况

| 代码        | 名称   | 营业收入(亿元) | 营业收入YoY | 归母净利润(亿元) | 归母YoY   |
|-----------|------|----------|---------|-----------|---------|
| 601928.SH | 凤凰传媒 | 31.96    | 19.99%  | 4.75      | -31.73% |
| 601801.SH | 皖新传媒 | 27.80    | 22.33%  | 3.01      | 13.77%  |
| 600373.SH | 中文传媒 | 25.91    | 0.13%   | 3.87      | 3.42%   |
| 601098.SH | 中南传媒 | 24.00    | 14.53%  | 2.70      | 2.72%   |
| 601811.SH | 新华文轩 | 22.07    | 12.98%  | 1.69      | 8.14%   |
| 601019.SH | 山东出版 | 20.39    | 10.50%  | 2.13      | 26.94%  |
| 601900.SH | 南方传媒 | 18.61    | 9.07%   | 1.30      | -17.83% |
| 000719.SZ |      |          |         |           |         |
| 600757.SH | 长江传媒 | 16.67    | 19.56%  | 2.93      | 12.75%  |
| 600551.SH | 时代出版 | 16.14    | 1.00%   | 0.81      | 6.70%   |
| 601949.SH | 中国出版 | 8.27     | -15.48% | 0.04      | -87.98% |
| 000529.SZ | 广弘控股 | 7.96     | 25.55%  | 0.50      | 7.07%   |
| 600229.SH | 城市传媒 | 5.78     | 6.95%   | 0.88      | -3.68%  |
| 601999.SH | 出版传媒 | 5.65     | 20.89%  | (0.05)    | 35.71%  |
| 603230.SH | 内蒙新华 | 4.62     | 9.01%   | 1.13      | 7.99%   |
| 300788.SZ | 中信出版 | 4.12     | -12.91% | 0.41      | -35.24% |
| 601858.SH | 中国科传 | 3.70     | -0.61%  | 0.19      | -20.03% |
| 300364.SZ | 中文在线 | 2.31     | 5.69%   | (0.16)    | 39.32%  |
| 000793.SZ | 华闻集团 | 2.14     | -24.08% | (0.49)    | 23.87%  |
| 603096.SH | 新经典  | 2.07     | -4.56%  | 0.43      | -21.20% |
| 603999.SH | 读者传媒 | 1.94     | 13.53%  | 0.07      | 19.06%  |
| 600825.SH | 新华传媒 | 1.81     | -8.40%  | (0.02)    | 48.33%  |
| 002181.SZ | 粤传媒  | 1.16     | 7.77%   | 0.05      | -63.39% |
| 300654.SZ | 世纪天鸿 | 0.64     | 17.89%  | 0.07      | 扭亏为盈    |

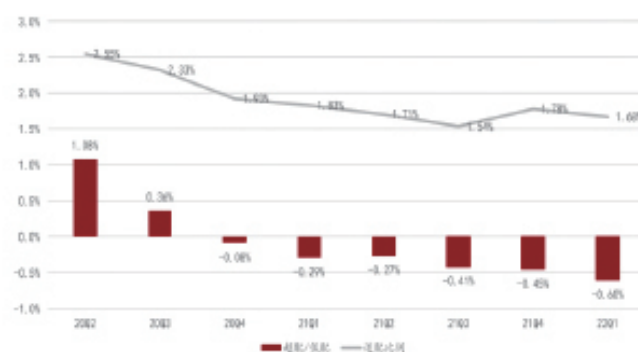
资料来源: iFinD, 万联证券研究所

#### 四. 行业基金持仓: 基金重仓配置水准持续低配

##### (一) 基金重仓配置水准持续低配, 市场持续青睐头部公司

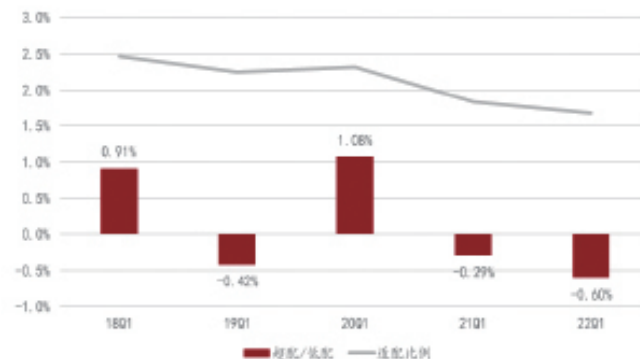
截至22Q1期末, 传媒行业重仓配置水准持续低配趋势。22Q1传媒板块基金配置水准持续低配趋势。22Q1传媒板块基金重仓持仓比例佔全行业重仓的1.07%, 为近五年來Q1最低, 较21Q1下降0.47pct, 较21Q4下降0.26pct。2021年传媒板块全年基金重仓配置水准处于低配, 比例持续扩大, 环比下降0.15pct至2022年Q1比例为-0.60%, 同比21年Q1下降0.31pct, 持续低配趋势。

图表81: 传媒板块20Q2-22Q1重仓超配/低配变化情况



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

图表82: 传媒板块18Q1-22Q1重仓超配/低配变化情况



资料来源: iFinD, 万联证券研究所

22Q1季末的重倉股中，頭部公司依然最受青睞。環比來看，分眾傳媒減倉21.35%，持股總市值89.93億元，仍持續佔據榜單第一，三七互娛加倉32.39%重回榜單第二，芒果超媒減倉12.25%位於榜單第三，其中季度持倉變動幅度最大的是三人行，持股數量上漲1784.28%至649.94萬股。從重倉股排行榜來看，頭部公司依然受到青睞。

注：逆配比例為傳媒行業與全部A股流通股市值比值，配置比例為重倉基金持倉市值比值。

圖表83：22Q1季度重倉股排行TOP20

| 代碼        | 名稱   | 持有基金數 | 持股總量(萬股)   | 季度持倉變動(萬股) | 季度持倉變動比例(%) | 持股總市值(萬元)  |
|-----------|------|-------|------------|------------|-------------|------------|
| 002027.SZ | 分眾傳媒 | 126   | 147,180.37 | -39,941.68 | -21.35      | 899,272.07 |
| 002555.SZ | 三七互娛 | 132   | 29,690.78  | 7,264.09   | 32.39       | 696,172.82 |
| 300413.SZ | 芒果超媒 | 44    | 15,670.01  | -2,188.55  | -12.25      | 488,277.57 |
| 002291.SZ | 星期六  | 19    | 8,514.15   | 3,808.63   | 80.94       | 151,332.46 |
| 603444.SH | 吉比特  | 55    | 315.38     | -237.61    | -42.97      | 113,695.43 |
| 300251.SZ | 光線傳媒 | 13    | 12,861.17  | -4,075.66  | -24.06      | 105,461.59 |
| 605168.SH | 三人行  | 34    | 649.94     | 615.45     | 1,784.28    | 101,780.37 |
| 601928.SH | 鳳凰傳媒 | 13    | 9,688.90   | -387.68    | -3.85       | 73,732.50  |
| 601098.SH | 中南傳媒 | 12    | 6,794.06   | -569.68    | -7.74       | 64,407.66  |
| 300058.SZ | 藍色光標 | 23    | 7,627.74   | -1,501.05  | -16.44      | 63,844.21  |
| 000681.SZ | 視聽中國 | 26    | 3,620.86   | 1,479.43   | 69.09       | 58,658.00  |
| 002605.SZ | 姚記科技 | 6     | 2,998.20   | 2,528.16   | 537.86      | 56,545.99  |
| 002602.SZ | 世紀華通 | 19    | 8,271.79   | -2,255.52  | -21.43      | 51,864.11  |
| 300133.SZ | 華策影視 | 7     | 8,968.14   | -2,164.57  | -19.44      | 45,558.17  |
| 002624.SZ | 完美世界 | 23    | 3,453.80   | -5,874.44  | -62.97      | 44,415.88  |
| 300343.SZ | 聯創股份 | 11    | 3,162.36   | 2,395.76   | 312.52      | 42,470.55  |
| 300418.SZ | 崑崙萬雅 | 13    | 1,721.23   | 246.13     | 16.69       | 28,985.46  |
| 002558.SZ | 巨人網絡 | 10    | 2,456.62   | 1,667.73   | 211.40      | 24,762.70  |
| 600977.SH | 中國電影 | 4     | 1,866.86   | 248.42     | 15.35       | 21,020.87  |
| 600637.SH | 東方明珠 | 10    | 2,645.16   | -499.18    | -15.88      | 20,579.31  |

資料來源：IFIND、萬股證券研究所  
注：按照持股總市值排序。

順應政策的嚴監管環境推動行業改革，把握後疫情時代及Z時代帶來的創新需求。受疫情持續影響，傳媒行業在21年市場表現平平，但估值受「元宇宙」概念等影響在近期有所回升；自20H2以來傳媒行業經歷了持續調整，隨著政策監管趨嚴，後疫情時代到來，紅利逐漸褪去，線上需求逐漸增強，「元宇宙」概念再次席捲傳媒板塊，帶動虛擬實境生態內容建設，Z世代佔據時代C

位，對於劇集、綜藝、遊戲臺塊的品質及創新需求逐步增強。

- 1) 遊戲臺塊：政策引導整體行業長期健康發展，遊戲防沉迷、未成年人保護、遊戲出海將會是未來行業關注重點。版號恢復有利於緩解市場悲觀情緒，利好整體板塊估值修復，遊戲行業景氣度有望回暖。隨著版號重新發放，新遊上線數量將會有一定程度的恢復，建議關注版號儲備豐富、研發能力較強、產品優質的頭部公司；同時「元宇宙」概念火熱將帶動虛擬實境技術市場估值上升，我們認為AR/VR設備終端及內容生態建設也將成為遊戲臺塊關注重點，建議關注涉及元宇宙建設方向的頭部公司。
- 2) 影視院線板塊：在大檔期前有相對不錯的市場表現，業績也已復蘇，逐步邁入大檔期時代。目前仍然存在非檔期內上映優質影片不足、外部影片引進不足、觀影人次中長期看，預計主旋律電影將成為2022年打造主題，院線也將邁入新業態轉型，在非檔期尋求業績突破。
- 3) 數字媒體板塊：依舊專注於IP系列劇集，各視頻平台持續劇場化建設，同時隨著短視頻平台興起，微短劇、劇場化將成為各平台關注重點。
- 4) 廣告行銷板塊：梯媒景氣度依舊，拉動行業整體復蘇，國產品牌逐步佔據市場，文化自信逐漸建立，看好梯媒廣告。

# 中國母嬰行業：隨著中國近三十餘年經濟快速發展，母嬰行業的發展經歷了初期成型、快速發展以及成熟蛻變階段

**摘要：**儘管近年來人口出生率不為樂觀，但隨著人均可支配收入的增加以及母嬰家庭消費能力的提升，中國母嬰市場持續增長，2021年中國母嬰消費規模達34591億元，艾瑞預計，未來中國母嬰市場仍保持穩定增長趨勢，到2025年中國母嬰市場規模將達到46797億元。

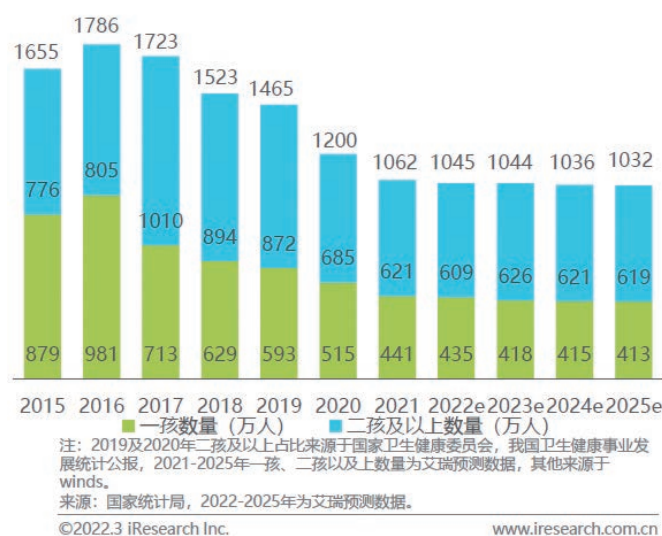
將大幅減緩。由於生活壓力、生存空間限制等方面的因素，三孩政策的放開，對一二線城市的影響弱於三線及以下低線級城市，艾瑞預計未來一段時間，下沉市場新生人口的增速將略高於一二線城市。

## 一. 中國母嬰行業發展背景分析

### (一) 宏觀人口調控政策放開，母嬰行業迎政策利好

2015年我國二孩政策全面放開後，2021年7月三孩政策放開，中央計劃生育調控政策趨向開放態勢；各地區政府在2021年尾期積極作出響應，超10省份出台三孩配套福利政策，如增設並延長育兒假，明確育兒期工資發放事宜，加之其他激勵生育政策陸續推進，政策東風吹向母嬰行業，提振相關母嬰消費的需求，助推母嬰行業發展。

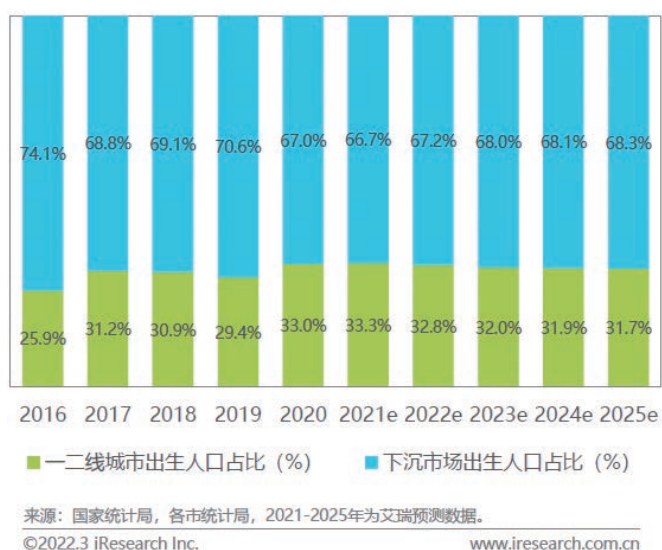
2016-2025年中国新生儿人口及一孩二孩以上人口數量



我国计划生育及各地区三孩福利政策梳理

| 政策类型   | 发布时间     | 文件名称                                | 发布省份                   | 政策要点/福利措施   |
|--------|----------|-------------------------------------|------------------------|---|
| 宏观人口调控 | 2015年10月 | 《中共中央国务院关于全面放开二孩政策的决定》              | 全国                     | 全面实施一对夫妇可生育两个孩子政策，积极开展应对人口老龄化行动。  |
|        | 2021年7月  | 《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》             | 第三届全国人民代表大会常务委员第三十二次会议 | 健全生育休假和保障制度，鼓励和支持有条件的用人单位落实带薪育儿假、产检假、护理假、工作保障等相关措施，做好托育服务，减轻家庭负担。                   |
|        | 2021年7月  | 《浙江省高质量发展建设共同富裕示范区实施方案（2021—2025年）》 | 浙江                     | 健全普惠托育服务体系，鼓励有条件的用人单位为职工提供托育服务。鼓励有条件的用人单位为职工提供托育服务。鼓励有条件的用人单位为职工提供托育服务。             |
|        | 2021年11月 | 《北京市人口和计划生育条例》                      | 北京                     | 修改实施国家和本市计划生育奖励扶助政策，鼓励一对夫妻可以生育三个子女。女方产假增加至九十八天，男方享受陪产假十天。增加产假期间工资福利待遇，增加产假期间工资福利待遇。 |
| 地方福利政策 | 2021年11月 | 《上海市人口和计划生育条例》                      | 上海                     | 修改实施国家和本市计划生育奖励扶助政策，鼓励一对夫妻可以生育三个子女。女方产假增加至九十八天，男方享受陪产假十天。增加产假期间工资福利待遇，增加产假期间工资福利待遇。 |
|        | 2021年11月 | 《广东省人口和计划生育条例》                      | 广东                     | 修改实施国家和本省计划生育奖励扶助政策，鼓励一对夫妻可以生育三个子女。女方产假增加至九十八天，男方享受陪产假十天。增加产假期间工资福利待遇，增加产假期间工资福利待遇。 |
|        | 2021年11月 | 《江苏省人口和计划生育条例》                      | 江苏                     | 修改实施国家和本省计划生育奖励扶助政策，鼓励一对夫妻可以生育三个子女。女方产假增加至九十八天，男方享受陪产假十天。增加产假期间工资福利待遇，增加产假期间工资福利待遇。 |
|        | 2021年11月 | 《江西省人口和计划生育条例》                      | 江西                     | 修改实施国家和本省计划生育奖励扶助政策，鼓励一对夫妻可以生育三个子女。女方产假增加至九十八天，男方享受陪产假十天。增加产假期间工资福利待遇，增加产假期间工资福利待遇。 |

2016-2025年中国一二线城市及下沉市场新生儿人口數量



### (二) 利好生育政策落地或減緩新生兒下降趨勢

近年來，受育齡婦女人數持續減少及人們生育觀念轉變、初婚初育年齡推遲等多方面的影響，我國出生人口持續減少，2021年新生人口數量為1062萬人，相對於2020年來說，下滑趨勢有所緩解。隨著三孩政策及新的生育政策逐漸落地，短期內新生人口數量下滑趨勢

### (三) 居民人均可支配收入持續增長，消費能力不斷提升

2021年，中國居民人均可支配收入以9.1%的增長率保持增長，中國居民人均消費支出為24100元，增速達13.6%，國民消費能力顯著提升。居民收入的穩定增長和對優質生活的追求是促進中國居民人均消費支出的核心內因，預計未來中國居民的消費能力與消費水平將維持穩定增長。



### (四) 發展歷經三十餘年，母嬰行業已進入成熟蛻變期

隨著中國近三十餘年經濟快速發展，母嬰行業的發展經歷了三個階段：初期成型階段、快速發展階段以及成熟蛻變階段。從初期成型階段到如今的成熟蛻變階段，中國母嬰市場從20世紀90年代的渠道單一、商品稀缺、需求簡單，逐步發展到如今的線上線下全渠道經營、商品品類豐富、產品專業、設計獨立、需求多元化，消費主力也隨著時間推移從70後逐漸轉變為90後。中國母嬰市場的飛速發展與變化離不開消費水平和觀念升級、育兒理念升級以及互聯網產業迅速發展的驅動。



### (五) 從傳統、嚴厲的育兒方式到科學化、精細化育兒

中國母嬰市場發展變革的核心驅動因素即是主要消費群體——中國嬰童父母的育兒理念的演變。20世紀80年代，中國的育兒理念較為傳統，以滿足孩子基本物質基礎為主，教育方式多較為嚴厲。隨著物質基礎的提升、父母教育水平的提高以及知識獲取渠道逐漸廣泛，中國的主流育兒理念一步步發展升級，2018年前後，科學育兒、精細化育兒理念盛行，更多的父母願意通過科學、精細且積極的方式全面提升孩子的身心教育與生活品質。



## 二. 中國母嬰行業發展現狀分析

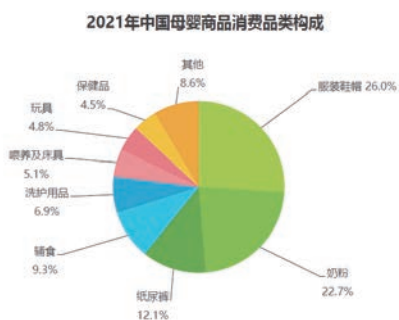
### (一) 母嬰市場規模穩步增長，預計2023年將超4萬億

儘管近年來人口出生率持續走低，但隨著人均可支配收入的增加以及母嬰家庭消費能力的提升，中國母嬰市場持續增長，2021年中國母嬰消費規模達34591億元，艾瑞預計，未來中國母嬰市場仍保持穩定增長趨勢，到2025年中國母嬰市場規模將達到46797億元。



## (二) 服裝及奶粉是佔比最大的兩個母嬰品類

從母嬰品類構成來看，服裝鞋帽和奶粉分別佔母嬰商品消費規模的26.0%和22.7%，是佔比最大的兩個母嬰品類，紙尿褲佔比12.1%。同時隨著生活水平的提高以及消費觀念的改變，我國嬰幼兒輔食規模迅速增長，2021年輔食佔比母嬰商品消費的比例達9.3%。

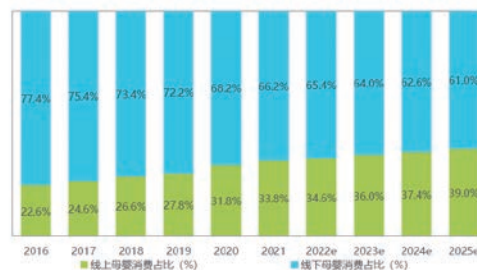


## (三) 線下仍是母嬰主要銷售渠道，線上佔比逐漸增長

線下母嬰店、商超等是母嬰的主要銷售渠道，2021年，母嬰線下消費佔比達66.2%。隨著移動互聯網的發展及消費者消費習慣的改變、加之受新冠疫情影響，母嬰人群轉移向線上消費，線上母嬰消費規模持續增長，2021年母嬰線上消費佔比達33.8%，艾瑞預計，到2025年中國母嬰線上消費規模佔比將達到39.0%。

母嬰行業產業鏈中的線上線下中游渠道商正在逐步形成「線上線下化」、「線下線上化」的全渠道佈局趨勢。佈局線上渠道能夠協助做產品推廣，有助於母嬰品牌建設；線下渠道能夠豐富產品體驗，提供專業化的服務，從而提升產品認知，建立信任，增強用戶的粘性。以用戶需求為核心，渠道商積極打造自身競爭壁壘，線上佈局已成趨勢，線下佈局將有助於打造渠道商優勢，線上線下一體化、打造自身核心競爭力逐漸成為中游渠道商發展主流。

2016-2025年中國母嬰消費線上線下佔比



來源：綜合公開資料、企業財報及企業採訪，由艾瑞諮詢。

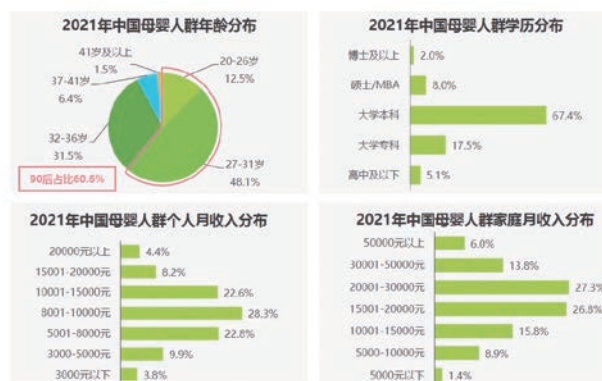
## (四) 90後已成為母嬰人群主力軍，近八成為本科以上學歷

95後：新生代寶爸寶媽，愛嚐鮮、愛囤貨，崇尚科學育兒。

90後：工作帶娃兩不誤，購物時更看重顏值、商品品質及安全性。

85後：帶娃更「注重勞逸結合」，愛網購，母嬰消費時更精打細算。

80後：二孩主力生育人群，購物時更看重顏值、商品品質及安全性。



### 三. 中國母嬰行業發展趨勢

#### (一) 消費群體擴容：嬰兒用品成人化使用趨勢顯著

以嬰幼兒濕巾為例，作為我們日常觸及以及消費頻次較高的產品之一，目前嬰幼兒濕巾使用場景已經非常豐富，從入口級、抑菌，到卸妝、保濕、護膚等，覆蓋人群在不斷擴大，目標人群也從單一的嬰幼兒向成人市場拓展，艾瑞調研數據顯示，嬰幼兒濕巾的購買家庭中，43.3%家庭的嬰幼兒濕巾的適用人群為家庭女性成員。嬰幼兒濕巾因不含化學成分，不含酒精、螢光劑，接近肌膚的安全PH值，更為安全，因此更受成人的喜愛。

2021年中國使用嬰幼兒濕巾的主要人群



#### (二) 消費需求細節化擴展，品牌方需深化產品設計能力和市場規模化能力

隨著生活水平的提高，新一代寶爸寶媽對母嬰產品的需求已從實用、性價比高，向個性化和多元化轉變。根據艾瑞調研數據，除品質與安全性外，消費者對母嬰產品的產品口感、營養成分、功效效果、產品設計感等有更多的訴求，這將帶動母嬰產品向精細化發展，因此需要母嬰品牌商有著深化產品設計能力和市場規模化能力。

2021年中國母嬰人群購買各類母嬰產品時關注的因素TOP10



### 四. 中國理想生活母嬰趨勢分析

#### (一) 隨著時代的發展和思想的進步，越來越多的寶爸承擔起帶娃重任

艾瑞調研數據顯示，除帶孩子出遊、玩遊戲外，寶爸也會陪寶寶睡覺、為寶寶讀故事、給寶寶穿衣服、換紙尿褲、泡奶餵奶等；除睡覺時間外，每天陪寶寶的時間超過5個小時的寶爸佔比達43.8%。此外，超半數的寶爸會主動搜索和學習育兒知識，掌握更多的育兒方式。

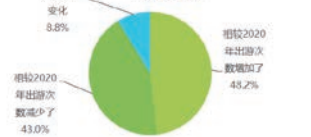
#### (二) 隨著疫情態勢的緩和以及出遊需求的逐漸恢復

艾瑞調研數據顯示，69.3%的寶爸寶媽每年帶娃出遊在六次以上，其中每月至少帶娃出遊一次的寶爸寶媽佔比達34.8%。此外，隨著疫情態勢的緩和以及出遊需求的逐漸恢復，有48.2%的寶爸寶媽表示相對於2020年來說，2021年帶娃出遊的次數有增加。在國外疫情形勢嚴峻的環境下，出境游難度較大，消費者逐漸將出境游需求釋放至國內游。但與此同時，國內長線游時常受到疫情零星散發狀態等影響，在此情況下，更多的消費者會選擇周邊游來完成旅遊需求的滿足，因此就出遊時長來看，44.7%的親子家庭出遊行程以3天內為主，行程在3-5天的親子家庭佔比為37.8%。

2021年中國母嬰人群帶娃出遊的頻次



2021年中國母嬰人群帶娃出遊的次數相對於上一年增長情況



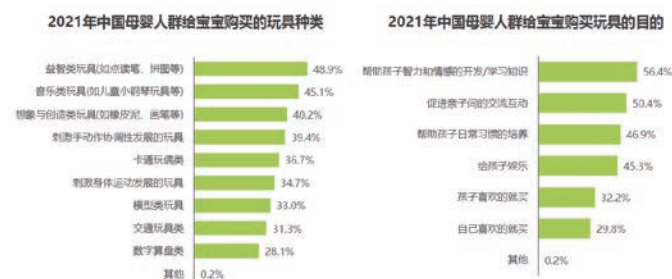


### (三) 越來越多的家長選擇走出育兒內卷怪圈

隨著育兒科學以及教育理念的發展，育兒理念也在跟著時代的發展而變遷。從寶寶的不同生長階段來看，寶爸寶媽都有不同的育兒觀念。在孕期，寶爸寶媽會對寶寶進行一些胎教，來促進與寶寶之間的交流；在寶寶0-3歲時，家長更傾向於通過早教機構培養孩子的性格及行為習慣；而在寶寶3-6歲時，更多的家長讓寶寶在玩樂和生活中自在成長；在6歲以後，家長們更期待孩子在學習知識的同時可以勞逸結合。



當下兒童玩具種類繁多，可以寓教於樂的益智類玩具深受家長及孩子歡迎，根據艾瑞調研數據，近五成的寶爸寶媽會為孩子購買益智類(如點讀筆、拼圖等)玩具，旨在用玩具讓孩子在歡樂玩耍中學習到新知識，培養孩子的能力，讓孩子越變越聰明。



# 電子行業報告：半導體材料高景氣，國產替代加速21年

**摘要：**全球半導體材料市場規模創新高，中國市場增速顯著。據SEMI統計，2021年全球半導體材料市場規模為643億美元，同比增長15.9%，再創新高。中國半導體市場對半導體材料的需求逐年遞增。2021年，中國大陸半導體材料市場規模達119.3億美元，首次突破100億美元，同比增長21.9%，高於全球增速。國際局勢不明，加速國產替代進程。晶片出現短缺以來，各國愈發重視半導體產業鏈的建設，美國、歐洲先後出臺了競爭法案、晶片法案，加大對半導體產業的投資力度。隨著國際貿易摩擦加劇，半導體產業鏈逆全球化趨勢逐步顯現，半導體產業鏈本土化是大勢所趨，國產替代市場空間廣闊，國內半導體材料公司將持續受益於國產替代。

## 一. 國內半導體材料公司：國產替代加速，21年盈利大增

### (一) 21年盈利大增

按照半導體材料細分領域，將國內部分半導體材料行業上市公司劃分為矽片、光掩模、光刻膠、電子特氣、濕化學品、CMP材料和靶材等細分領域。選取17家上市公司進行研究。

21年營收高增長。2021年，17家公司營收均實現增長，其中8家公司增速超過50%。17家公司共計實現營業收入380.2億元，同比增長38%。

21年歸母淨利翻倍增長。2021年，17家公司中有11家實現歸母淨利潤正增長，其中天岳先進、鼎龍股份扭虧為盈。17家公司共計實現歸母淨利潤29.0億元，同比增長133%。

表 1 2021 年國內部分半導體材料公司盈利情況

| 細分行業   | 股票代碼      | 公司     | 总市值 (億元) | 2021 年營收 (億元) | 營收 yoy | 2021 年歸母淨利潤 (百萬元) | 歸母淨利潤 yoy |
|--------|-----------|--------|----------|---------------|--------|-------------------|-----------|
| 矽片     | 688126.SH | 沪硅產業-U | 575      | 24.7          | 36%    | 146.0             | 66%       |
|        | 605358.SH | 立昂微    | 343      | 25.4          | 69%    | 600.3             | 197%      |
|        | 688234.SH | 天岳先進-U | 193      | 4.9           | 16%    | 90.0              | —         |
|        | 688233.SH | 神工股份   | 88       | 4.7           | 147%   | 218.0             | 118%      |
|        | 008026.SZ | 中晶科技   | 40       | 4.4           | 80%    | 131.0             | 31%       |
| 光掩模    | 688138.SH | 清溢光電   | 31       | 5.4           | 12%    | 45.0              | -42%      |
| 光刻膠    | 002409.SZ | 雅克科技   | 207      | 37.8          | 66%    | 333.0             | -19%      |
|        | 300655.SZ | 晶瑞電材   | 84       | 18.3          | 79%    | 201.0             | 161%      |
| 電子特氣   | 300346.SZ | 南大光電   | 145      | 9.8           | 65%    | 136.0             | 57%       |
|        | 688268.SH | 平特氣體   | 63       | 13.5          | 35%    | 129.0             | 21%       |
| 濕化學品   | 300655.SZ | 晶瑞電材   | 84       | 18.3          | 79%    | 201.0             | 161%      |
|        | 300236.SZ | 上海新陽   | 85       | 10.2          | 46%    | 104.0             | -62%      |
|        | 603078.SH | 江化微    | 60       | 7.9           | 41%    | 57.0              | -3%       |
| CMP 材料 | 300054.SZ | 鼎龍股份   | 158      | 23.6          | 30%    | 214.0             | —         |
|        | 688019.SH | 安集科技   | 128      | 6.9           | 63%    | 125.0             | -19%      |
| 靶材     | 300666.SZ | 江丰電子   | 117      | 15.9          | 37%    | 107.0             | -28%      |
|        | 600206.SH | 有研新材   | 112      | 160.6         | 24%    | 238.0             | 46%       |
|        | 300706.SZ | 阿石創    | 28       | 6.1           | 72%    | 18.0              | 201%      |
| SUM    |           |        |          | 380.2         | 38%    | 2895.3            | 133%      |

資料來源：Wind，首創證券

分板塊看，矽片、光掩模、光刻膠、電子特氣、濕化學品、CMP材料、靶材等七個細分行業的營收水平均實現正增長。其中，矽片行業、CMP材料行業盈利水準顯著改善。靶材行業實現營收182.6億元，是細分行業中營收最高的行業；矽片行業共實現歸母淨利潤11.9億元，是細分行業中歸母淨利潤最高的行業。

表 2 2021 年國內半導體材料細分板塊盈利情況

| 細分行業   | 2021 年營收 (億元) | 2020 年營收 (億元) | 營收 yoy | 2021 年歸母淨利潤 (百萬元) | 2020 年歸母淨利潤 (百萬元) | 歸母淨利潤 yoy |
|--------|---------------|---------------|--------|-------------------|-------------------|-----------|
| 矽片     | 64.1          | 42.0          | 53%    | 1185.3            | -165.6            | —         |
| 光掩模    | 5.4           | 4.9           | 12%    | 45.0              | 76.3              | -41%      |
| 光刻膠    | 56.1          | 33.0          | 70%    | 536.0             | 490.1             | 9%        |
| 電子特氣   | 23.3          | 15.9          | 46%    | 265.0             | 193.5             | 37%       |
| 濕化學品   | 36.4          | 22.8          | 60%    | 362.0             | 409.5             | -12%      |
| CMP 材料 | 30.4          | 22.4          | 36%    | 339.0             | -5.8              | —         |
| 靶材     | 182.6         | 144.9         | 26%    | 364.0             | 323.3             | 13%       |
| SUM    | 380.2         | 275.7         | 38%    | 2895.3            | 1244.3            | 133%      |

資料來源：Wind，首創證券

## (二) 21年毛利率水準略有提升

2021年，17家公司中有5家公司毛利率有所改善。其中，立昂微毛利率水準增幅最大，21年毛利率為45%，較上年增長10個百分點。17家公司平均毛利率為19%，較上年增長1個百分點，略有提升。

表 3 2021 年國內部分半導體材料公司毛利率情況

| 細分行業   | 股票代碼      | 公司     | 2021 年毛利率 | 2020 年毛利率 | 毛利率變動 |
|--------|-----------|--------|-----------|-----------|-------|
| 硅片     | 688126.SH | 沪硅产业-U | 16%       | 13%       | 3%    |
|        | 605358.SH | 立昂微    | 45%       | 35%       | 10%   |
|        | 688234.SH | 天岳先進-U | 28%       | 35%       | -7%   |
|        | 688233.SH | 神工股份   | 64%       | 65%       | -1%   |
|        | 003026.SZ | 中晶科技   | 47%       | 48%       | -2%   |
| 光掩模    | 688138.SH | 清溢光電   | 25%       | 31%       | -6%   |
| 光刻膠    | 002409.SZ | 雅克科技   | 26%       | 36%       | -10%  |
|        | 300655.SZ | 晶瑞電材   | 21%       | 22%       | -1%   |
| 電子特氣   | 300346.SZ | 南大光電   | 43%       | 41%       | 2%    |
|        | 688268.SH | 華特氣體   | 24%       | 26%       | -2%   |
| 濕化學品   | 300655.SZ | 晶瑞電材   | 21%       | 22%       | -1%   |
|        | 300236.SZ | 上海新陽   | 35%       | 34%       | 1%    |
| CMP 材料 | 603078.SH | 江化微    | 22%       | 26%       | -4%   |
|        | 300054.SZ | 鼎龍股份   | 33%       | 33%       | 1%    |
| 靶材     | 688019.SH | 安集科技   | 51%       | 52%       | -1%   |
|        | 300666.SZ | 江豐電子   | 26%       | 28%       | -3%   |
| 靶材     | 600206.SH | 有研新材   | 4%        | 4%        | 0%    |
|        | 300706.SZ | 阿石創    | 18%       | 21%       | -3%   |
| SUM    |           |        | 19%       | 18%       | 1%    |

資料來源：Wind，首創證券

分板塊看，CMP材料是毛利率最高的細分行業，2021年毛利率為37%，同比增長1%，毛利率保持平穩；矽片行業的毛利率水準排在第二，同比增長6%，毛利率增幅最大。

表 4 2021 年國內半導體材料細分板塊毛利率情況

| 細分行業   | 2021 年毛利率 | 2020 年毛利率 | 毛利率變動 |
|--------|-----------|-----------|-------|
| 硅片     | 34%       | 28%       | 6%    |
| 光掩模    | 25%       | 31%       | -6%   |
| 光刻膠    | 24%       | 31%       | -7%   |
| 電子特氣   | 32%       | 32%       | 1%    |
| 濕化學品   | 25%       | 27%       | -1%   |
| CMP 材料 | 37%       | 36%       | 1%    |
| 靶材     | 7%        | 6%        | 0%    |
| SUM    | 19%       | 18%       | 1%    |

資料來源：Wind，首創證券

## (三) 22年一季度營收水準環比略有下降

22 Q1 營收水準環比略有下降。2022 年第一季度，受春節停工、上海疫情等因素影響，17 家公司中有 7 家營收環比實現正增長。17 家公司共計實現營業收入 100.8 億元，環比下降 1%。

22 Q1 歸母淨利環比大幅增長。2022 年第一季度，17 家公司中有 11 家實現歸母淨利潤正增長。17 家公司共計實現歸母淨利潤 8.4 億元，環比增長 49%。

表 5 2022Q1 國內部分半導體材料公司盈利情況

| 細分行業 | 股票代碼      | 公司     | 2022Q1 營收 (億元) | 2021Q4 營收 (億元) | 營收 QoQ | 2022Q1 歸母淨利潤(百萬元) | 2021Q4 歸母淨利潤(百萬元) | 歸母淨利潤 QoQ |
|------|-----------|--------|----------------|----------------|--------|-------------------|-------------------|-----------|
| 硅片   | 688126.SH | 沪硅产业-U | 7.9            | 7.0            | 12%    | -15.2             | 45.3              | -133%     |
|      | 605358.SH | 立昂微    | 7.6            | 7.9            | -4%    | 238.0             | 196.1             | 21%       |
|      | 688234.SH | 天岳先進-U | 0.7            | 1.2            | -45%   | -43.8             | 36.5              | -220%     |
|      | 688233.SH | 神工股份   | 1.4            | 1.2            | 14%    | 49.9              | 49.1              | 2%        |
|      | 003026.SZ | 中晶科技   | 1.0            | 1.2            | -22%   | 20.4              | 17.4              | 17%       |
| 光掩模  | 688138.SH | 清溢光電   | 1.5            | 1.6            | -3%    | 13.3              | 14.0              | -5%       |
| 光刻膠  | 002409.SZ | 雅克科技   | 9.7            | 10.9           | -11%   | 148.6             | -54.7             | -371%     |
|      | 300655.SZ | 晶瑞電材   | 4.5            | 5.2            | -14%   | 32.0              | 35.9              | -11%      |
| 電子特氣 | 300346.SZ | 南大光電   | 4.1            | 2.8            | 49%    | 80.7              | 12.0              | 572%      |
|      | 688268.SH | 華特氣體   | 3.8            | 3.5            | 9%     | 39.2              | 26.0              | 51%       |
| 濕化學品 | 300655.SZ | 晶瑞電材   | 4.5            | 5.2            | -14%   | 32.0              | 35.9              | -11%      |
|      | 300236.SZ | 上海新陽   | 2.5            | 3.0            | -19%   | -13.6             | 19.1              | -171%     |
| CMP  | 603078.SH | 江化微    | 2.4            | 2.5            | -3%    | 33.0              | 29.2              | 13%       |
|      | 300054.SZ | 鼎龍股份   | 5.7            | 7.0            | -19%   | 71.4              | 63.4              | 13%       |

## 二. 行業：市場規模持續增長，中國市場增速顯著

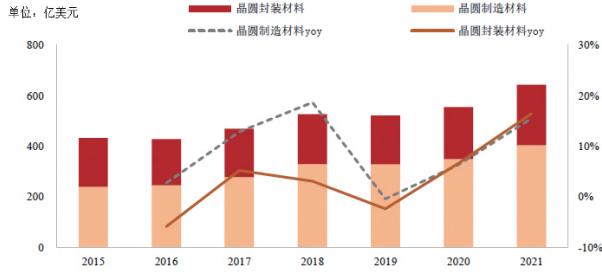
### (一) 半導體材料市場規模持續增長

全球半導體材料市場規模創新高。據 SEMI 統計，2021 年全球半導體材料市場規模為 643 億美元，同比增長 15.9%，再創新高。半導體材料的細分領域包括晶圓製造材料和封裝材料。其中，晶圓製造材料的營收為 404 億美元，同比增長 15.5%；晶圓封裝材料的營收為 239 億美元，同比增長 16.5%。隨著半導體工藝製程節點不斷縮小，晶圓製造材料增速高於封裝材料。2018-2021 年，晶圓製造材料佔全球半導體材料市場份額保持在 60% 以上。

| 材料  | 股票代碼      | 公司   | 2.3   | 2.2   | 8%  | 39.6  | 28.0  | 42%  |
|-----|-----------|------|-------|-------|-----|-------|-------|------|
| 靶材  | 688019.SH | 安集科技 | 2.3   | 2.2   | 8%  | 39.6  | 28.0  | 42%  |
|     | 300666.SZ | 江豐電子 | 4.9   | 4.7   | 4%  | 33.4  | 11.7  | 185% |
| 靶材  | 600206.SH | 有研新材 | 39.1  | 37.9  | 3%  | 104.1 | 27.0  | 286% |
|     | 300706.SZ | 阿石創  | 1.8   | 1.8   | -2% | 5.9   | 5.8   | 3%   |
| SUM |           |      | 100.8 | 101.7 | -1% | 836.9 | 561.7 | 49%  |

資料來源：Wind，首創證券

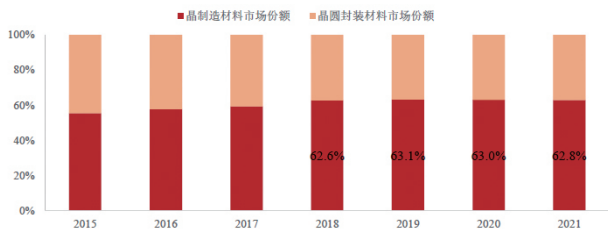
图 1 2015-2021 年全球半导体材料市场规模及增速



资料来源：SEMI，首创证券

晶圆製造材料主要包括矽片、光掩模、光刻膠及輔助材料、CMP拋光材料、工藝化學品、靶材、電子特氣等。據SEMI統計，2020年全球晶圆製造材料市場中，市場份額超過10%的材料有矽片、光掩模、光刻膠及附屬產品、電子特氣等。2020年全球晶圆製造材料市場中，矽片的市場份額為37%，是晶圆製造材料市場中佔比最高的材料。

图 2 2015-2021 年晶圆制造材料市场份额



资料来源：SEMI，首创证券

## (二) 中國半導體材料市場增速高於全球增速

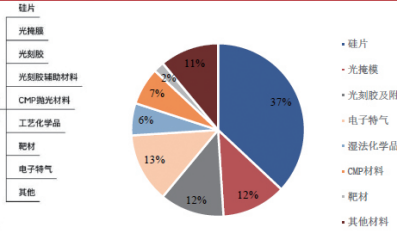
中國晶片製造產業起步雖晚，但發展迅速。根據SEMI資料，2016-2019年，中國大陸半導體材料佔全球市場份額約16.3%，一直位居前三。根據SEMI資料，中國半導體市場對半導體材料的需求逐年遞增。2021年，中國大陸半導體材料市場規模達119.3億美元，首次突破100億美元，同比增長21.9%，高於全球增速。

图 3 半导体材料细分领域



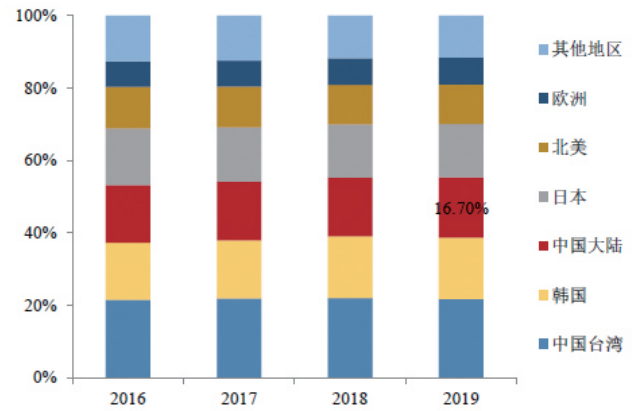
资料来源：Michael Quirk, Julian Serda, Semiconductor Manufacturing Technology, 首创证券

图 4 2020 年全球晶圆制造材料市场份额



资料来源：SEMI，首创证券

图 5 全球各地区半导体材料市场份额



资料来源：SEMI，前瞻产业研究院，首创证券

## (三) 國際局勢不明，加速國產替代進程

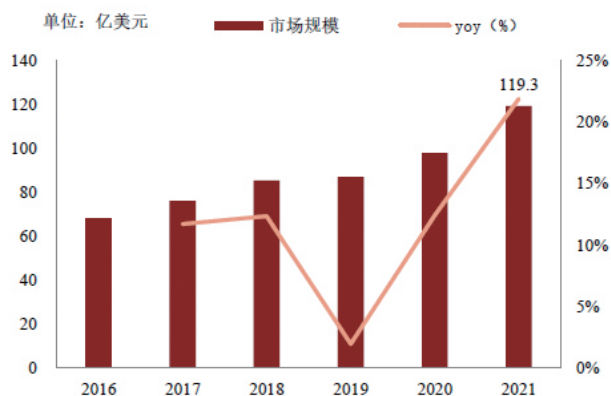
晶片出現短缺以來，各國愈發重視半導體產業鏈的建設，美國、歐洲先後出台了競爭法案、晶片法案，加大對半導體產業的投資力度。隨著國際貿易摩擦加劇，半導體產業鏈逆全球化趨勢逐步顯現，半導體產業鏈本土化是大勢所趨，國產替代市場空間廣闊，國內半導體材料公司將持續受益於國產替代。

## 三. 矽片：滬矽產業、立昂微發力大矽片

### (一) 全球矽片市場產能緊張持續到2026年

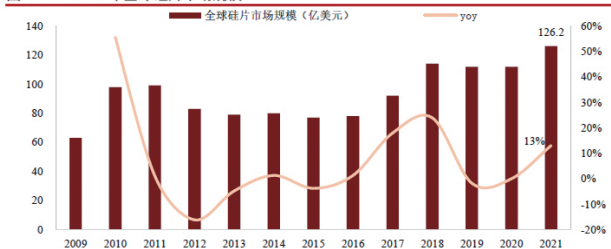
全球矽片市場規模持續增長。根據SEMI資料，2021年全球矽片市場規模達126.2億美元，同比增長13%；出貨量達141.65億平方英尺，同比增長14%。

图 6 中国半导体材料市场规模及增速



资料来源: SEMI, 前瞻产业研究院, 首创证券

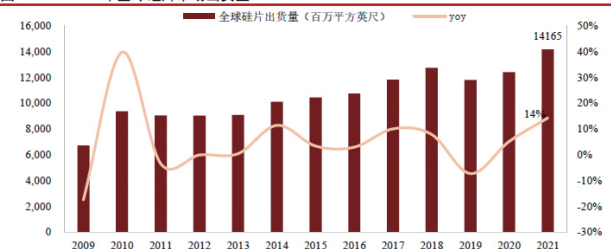
图 7 2009-2021 年全球硅片市场规模



资料来源: SEMI, 首创证券

全球硅片市場呈寡頭壟斷。全球矽片主要生產商集中於日本、中國台灣、德國、韓國。全球矽片市場呈寡頭壟斷的局面，排名前五的公司在全球矽片市場的市場份額共佔86.6%，分別為日本Shin-Etsu、日本Sumco、中國台灣地區Global Wafer、德國Siltronic、韓國SK Siltron

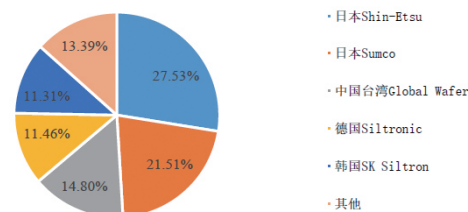
图 8 2009-2021 年全球硅片市场出货量



资料来源: SEMI, 首创证券

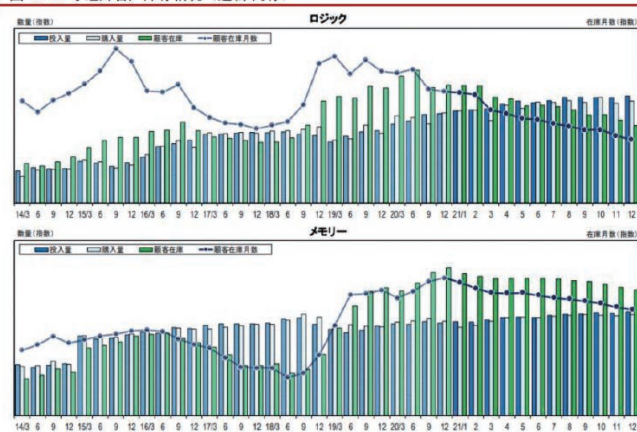
矽片產能持續緊張。2020年四季度以來，全球晶片緊缺危機持續發酵。作為晶片製造上游用量最大的材料，矽片供應不足的問題同樣嚴峻。根據SUMCO資料，2021年12寸矽片邏輯、記憶體客戶庫存逐月下降。SUMCO表示，矽片下游市場邏輯晶片、存儲晶片、汽車電子等行業需求強勁，目前供不應求，包括新建工廠的產能在內，矽片供需緊張情況將持續到2026年

图 9 2020 年全球硅片市场竞争格局



资料来源: SEMI, 半导体行业观察, 首创证券

图 10 12 寸硅片客户库存情况 (逻辑/内存)



资料来源: SUMCO 官网, 首创证券

國際矽片製造龍頭宣佈投資計劃，積極擴產。全球排名前五的矽片製造廠商中，已有四家公佈擴產計劃。半導體矽片的新設生產線需要經過設備工藝調試，產品下游驗證等環節，從投產至達到設計產能，通常需要經歷一個相對較長的產能爬坡期，全球矽片產能緊張情況短時間內無法緩解。

招股書制作

年報制作

翻譯服務

設計服務

合規報告

# 一站式財經印刷商

## 您的首選合作夥伴

香港  
香港  
皇后大道中99號  
中環中心9樓全層  
電話：(852) 3977 1800

北京  
北京市朝陽區  
朝外大街甲6號  
萬通中心A座1901室  
電話：(86) 10 5907 0278  
傳真：(86) 10 5907 0428

上海  
上海浦東陸家嘴東路161號  
招商局大廈3113室  
200120  
電話：(86) 21 5888 8020  
傳真：(86) 21 5888 2066

深圳  
深圳市羅湖區  
清水河一路  
博隆大廈1809室  
電話：(86) 755 6682 4281

成都  
成都高新區交子大道300號  
ICP環匯商業廣場M3-1208號  
電話：(86) 028 84165274

皓天雲直播助上市公司安心路演  
專業、便捷、零接觸

『皓天雲』直播 一站式跨境線上路演解決方案



皓天雲直播是皓天雲APP獨家推出的一站式跨境線上路演解決方案，實現超清視頻直播、全球同步路演，上市公司高管身處會議室或家中，即可會晤全球投資者。

皓天雲直播用戶群體覆蓋境內外高管人士、上市公司管理層、金融機構分析師、高淨值個人投資者、機構專業投資者及境內外財經媒體記者。皓天雲APP平台已正式登陸App Store及安卓應用商店，可實現一鍵下載，界面清晰明了，使用方便快捷。

皓天雲直播優勢：



600人專業團隊一站式服務，久經各國投資者考驗，應對複雜狀況。



實名認證專業機構投資者超10萬人，上市公司超1200家，投資者累計觀看路演千萬人次。



強大數據庫和即時行情，輔助交易決策。



聯手[騰訊自選股]和[新浪財經直播]等，已成功直播上百場公司上市儀式、新聞發布會、行業峰會，觸達千萬受眾。

功能板塊：

超清視頻/全球同步/留言互動/資料共享/資訊行情/專屬服務



立即體驗  
掃碼下載



聯繫我們：

內地：  
陳曉敏 Demi (+86 15989469262)

香港：  
冼小航 Martin Qi (+852 3970 2162)  
Email: help@wsccloud.hk

# CHINA FINANCIAL MARKET



每冊售價 \$38