



HK 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
 龐斯銘
 高琳
 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
 九龍土瓜灣宋皇台道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
 2023年1月

本期焦點

3 從呷哺呷哺、湊湊到趁燒，看呷哺呷哺的蝶變之路

公司透視

6 穆迪確認渤海銀行「Baa3」長期存款評級
 8 華能國際：火電業務盈利改善新能源業務注入發展新動能
 10 線上線下齊發力歡喜傳媒向「中國迪士尼+」邁進
 12 切實服務實體經濟九台農商銀行為「三農」發展注入金融活水
 14 龍源電力：樹立行業數字化轉型新標桿推動能源領域高質量發展
 16 新華文軒以提高品質為工作生命線打造新時代出版精品
 17 以蛻變之姿迎行業發展升級中國華融踏上高質量發展新征程
 18 東軟教育與普洱學院共建數字產業學院，推動區域經濟與「一帶一路」國際化發展戰略的數字人才供給
 19 中國航信再次入選國資委「央企ESG·先鋒50」指數
 20 「破浪出海」後勁足！馬鋼H型鋼出口表現優異
 21 山水水泥(00691.HK)前三季度股東應佔利潤10.24億元同比減少42.51%，機構指四季度水泥價格有望上行
 22 上海電氣刷新全球已並網最大風輪直徑機組紀錄
 23 上實環境公佈2022年三季度業績各業績指標穩中有進
 25 濰柴動力公佈2022年三季度業績：傳統市場地位穩固，新興業務貢獻加大
 中國太保三季度單季淨利潤同比增長29.5%壽險新業務價值實現正增長

股壇速遞

26 碳排放權質押貸款首投放深哈產業園支行新入駐
 27 洛陽鋁業榮獲鼎革獎攜手甯王投資開發KFM
 29 與汽車之家達成戰略合作探索一站式服務新模式
 31 「南下」新模型成效初顯呷哺呷哺再拓燒烤賽道
 32 全生態孵化母嬰達人IP，寶寶樹加速滲透Z世代母嬰家庭消費全場景
 34 大股東再度增持與公司回購並舉完美醫療釋放利好提振市場信心
 35 港股大明國際：力拓破鋼和引入自動化信息化迎來業績釋放期
 36 東方證券積極響應數字經濟政策，加速數字化轉型戰略。
 38 ABSK021數據優異和醫藥研發硬實力

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。

- 40 環球新材國際(七色珠光)二期珠光新工廠搶「鮮」看
- 41 玖龍紙業：逆境之下迎難而上二零二二財年收入創歷史新高
- 43 全裝配新業務發展迅速具備爆發潛力遠大住工中長期投資價值高
- 44 从中国到全球，看懂時代天使的長期主義
- 45 新高教集團高質量發展蹄疾步穩，高質量精準投入不斷產出新成果
- 46 中海油服料今年資本支出預算與去年相若四大業務板塊工作量穩中有升

財經點將

- 48 增資及資產注入計劃獲股東全票通過北燃藍天業務能力再上新台階
- 49 碧桂園服務以「多元化」策略來完善業務體系
- 51 政策定調利好行業發展中國春來後市延續強勢可期
- 53 與Founders Factory強強聯合筆克遠東可波段操作
- 54 2023財年中期業績創歷史同期新高元力控股具反彈動力
- 55 超媒體控股：深度佈局元宇宙業務成效顯著，上半年利潤大漲37%

- 56 金蝶國際舉辦2022年全球創見者大會
- 57 瑞爾集團公布2022/23財年中期業績報告運營效率持續提升
- 59 元力控股發佈2023年中期業績報告
深耕電力能源消費領域營收毛利雙升長期動能顯現
- 61 遠東發展於「2022年第十二屆亞洲卓越大獎」中榮膺三項獎項
- 62 中信資源獲傑出上市公司大獎2022
- 63 著力IP全球化研發與發行，中手游未來發展可期

行業解構

- 62 房地產行業2023年投資策略：基本面築底，利好政策加速釋放
- 67 汽車行業2023年度投資策略：整車企業競爭進入淘汰賽，非生即死；緊跟技術趨勢與國產替代，風景獨好
- 71 煤炭2023年策略：開啟新一輪景氣週期

從呷哺呷哺、湊湊到趁燒， 看呷哺呷哺的蝶變之路

正所謂民以食為天，一直以來，餐飲行業都是經濟生活的重要組成部分，而相伴隨的，則是極為分散的行業格局和激烈的市場競爭。我們可以看到，每天都有無數的新店開業，也有無數的門店關門停業。在競爭如此激烈的現狀下，即便是處於優勢地位的餐飲企業，也都在求新求變。

實施多品牌戰略，已成為眾多餐飲企業適應急遽的市場變化，尋求突破和新利潤增長點的大勢所趨。餐飲行業知名品牌呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司(「呷哺集團」，股份代號：00520.HK)深諳此道。

三大品牌覆蓋全消費層級構建多元增長曲線

呷哺集團前身由時尚連鎖小火鍋品牌—呷哺呷哺而來，並於2014年成功在香港交易所主板上市。上市之後，呷哺集團持續深化管理優勢，多方位擴展業務形態，多品牌發力佈局餐飲食品產業鏈。

2016年，湊湊[火鍋·茶憩]以複合式新業態亮相北京，切入中高價位細分市場。隨後在2019年，湊湊香港成立，以創新引領行業，主要開拓中高端市場，採用台式火鍋和手搖茶的組合，為顧客帶來一場滋味之旅，充分滿足他們的感官。憑藉香港發展蓬勃且多元化的餐飲業市場，湊湊旨在擴大香港的業務，為呷哺集團邁向全球市場奠定基礎。



經過6年時間的發展，湊湊品牌憑藉獨特的市場定位和營運模式，已成為呷哺集團的第二大增長動力。目前，呷哺呷哺在全國及海外市場擁有千家直營餐廳，湊湊門店也突破200家。2022年上半年，湊湊品牌對公司收入貢獻比重達47%，佔據近半壁江山。

2022年9月，呷哺集團再次推出燒烤新品牌「趁燒」，通過差異化、獨特的商業模式，成功切入燒烤這一藍海賽道，填補其在高端餐飲市場的空白。至此，呷哺集團通過呷哺呷哺、湊湊、趁燒三大品牌，基本覆蓋大眾、中高端、高端餐飲消費場景和賽道，蝶變進階，逐步完成了多品牌、多業態多賽道的佈局。



開業即收穫高人氣「趁燒」單店營收預破3000萬

趁燒一詞取自于閩南語「趁熱吃」之意，是由呷哺集團創始人、董事長賀光啟帶隊，潛心打磨8年之久的全新餐飲業態，首創了餐飲業前所未有的「餐飲+」商業模型：「燒肉+酒茶+歡樂」多元化業態，讓消費者120%享受的是美食，再額外贈送40%的歡樂，打造成有酒有肉有歡樂—「歡樂燒肉」的第一品牌。

獨特的商業模式，讓趁燒一經開業即收穫超高的人氣。開業之初，趁燒上海日月光中心首家門店開業信息刷爆社交網絡，開業首日人流量絡繹不絕，一度成為時下最新打卡地點。即便是工作日，店內用餐客流依然不減，除去店內外的擺台，高峰時段排隊號碼可以排到100+。據趁燒現場發號的工作人員透露，高峰期就餐時，排隊等位的時長經常需要1.5小時以上，最高記錄甚至有等待3個小時的消費者。



除了深受消費者喜愛之外，趁燒這一全新的餐飲模式還引來了眾多網紅KOL、機構投資者、商業地產人士等自費組團打卡，亦有不少同行前來學習。為不影響消費者就餐，門店每天限定「網紅」探店頻次以及機構投資者打卡人數。「有段時間，趁燒門店每天限定只接待20位機構投資者的打卡體驗。而為了方便與機構投資人溝通交流，集團CFO一度被迫選擇在門店就地辦公。」呷哺集團相關負責人表示。



12月1日，呷哺集團首次披露全新品牌「趁燒」上海首店成績單：首店平均月營收突破250萬元，全年單店營收預破3000萬，年坪效預破9萬元，翻台率高峰值破6.0，67%客流源于集團會員體系，領跑全新餐飲賽道。

「燒肉+酒茶+歡樂」打造極致用餐體驗

趁燒的高人氣，源於其以「燒肉+酒茶+歡樂」的多元化創新模式，能夠為用戶打造極致的用餐體驗，營造不一樣的就餐氛圍。

和普通燒烤不同，趁燒的食材、菜品和服務兼具「國內+國際」結合的特點。在燒肉品類，趁燒主打安格斯牛肉。在酒茶品類，趁燒主要給消費者提供精釀啤酒，包括傳統德式世濤黑啤酒、古斯酸啤酒、比利時三料烈性啤酒，以及在上海頗受歡迎的麒麟一番榨生啤酒等；茶飲則是茶米茶團隊專門打造的「茶酒微醺系列」伏特加龍井奶茶、百利甜大紅袍奶茶等。

目前，趁燒已打造了多款爆品。例如，趁燒全新「鑽石切牛肋條」一經推出，就因其有筋有肉的絕妙口感，輕鬆拿捏住消費者喜好，以98.75%的點單率，成為首店最暢銷菜品。飲品方面，趁燒用大紅袍、冬瓜和檸檬碰撞出全新口味的冬瓜檸檬飲品，以95%點單率霸佔住趁燒最暢銷飲品稱號，極具核心競爭力。



此外，趁燒的「歡樂」服務模式也是其製勝的關鍵之一。據了解，趁燒的「歡樂」的核心標籤是嗨翻天，希望消費者走進趁燒，就能忘記所有不愉快，只有歡樂。為了「歡樂」能夠吸引年輕消費群體，趁燒在服務與體驗上下足了功夫，並推出多款歡樂活動。即使在等位期間，消費者也有小食、飲料和產品試吃，還能通過大螢幕參與店內的歡樂互動節目，使其能夠始終處於「歡樂」氛圍之中。

正是這種「有酒有肉有歡樂」的互動體驗，讓趁燒在整個燒烤賽道形成了獨特的差異化優勢，並收穫了消費者的一致好評。大眾點評數據顯示，趁燒首店在營業首月，其大眾點評評分便迅速上升至4.8分。

多品牌會員體系賦能 助力新品牌打開市場

趁燒首秀即取得成功，也離不開呷哺集團多品牌會員體系的加成。今年8月底，呷哺集團多品牌會員體系正式上線，消費者只需註冊一次，即可成為呷哺呷哺、湊湊、茶米茶、呷哺食品、趁燒等多個品牌的會員，享受積分通兌、儲值禮包共用和轉贈等功能。截至目前，呷哺集團擁有3000萬會員，年活躍會員數達1000萬以上。

基於會員體系的打通和運營，趁燒快速吸收呷哺集團積累的會員流量池，並且以高轉化率提升客流及業績，既增加了會員儲值活動，也加強了會員端的複購，提高了用戶粘性。據了解，趁燒67%的客流源于集團會員體系。

值得注意的是，呷哺集團多品牌會員體系可根據數字分析模型，智能劃分需求人群，精準觸達目標消費群體，如此顛覆餐飲業傳統的營銷模式，將成為公司進一步搶佔餐飲市場份額的「數字武器」。未來，呷哺集團會員系統將為不同品牌精準、智能化相互引流，達到「大品牌」帶「小品牌」，成熟品牌帶新品牌的目的，也為未來拓展和兼併收購新品牌奠定了數字基礎。

呷哺集團表示，在多品牌會員體系的數字化賦能下，趁燒的增長速度將高於湊湊30%以上。且趁燒明年開店計劃已定，將在北上廣深等超一線和新一線城市繼續擴張，未來3年門店數量計劃突破百家。可以預見，趁燒將成為呷哺集團的第三條高增長曲線。

此前，呷哺集團曾在中報中透露，為了執行將業務拓展至華東及華南地區這一戰略計劃，公司已在上海閔行區設立第二總部，從而將業務拓展至沿海城市及長三角地區、大灣區等的一線城市，例如上海、深圳、廣州，進而佈局新一線城市，最後進軍西北及西南地區。

積跬步以至千里，積小流以成江海。未來，伴隨著業務規模的擴張以及多品牌戰略的推進，呷哺集團將在多品牌會員體系的數字賦能下，在餐飲行業中不斷突破，實現長期增長，為消費者帶來一次又一次驚豔的饕餮之旅。

穆迪確認渤海銀行「Baa3」 長期存款評級



11月29日，銀行股港股全線飄紅。渤海銀行(9668.HK)漲逾5.8%，報1.09港元，總市值193.61億港元。穆迪發佈報告，確認渤海銀行Baa3的長期存款評級，同時維持渤海銀行主體信用評級為投資級評級，展望穩定。市場人士評價指出，這一評級結果顯示出國際主流評級機構對渤海銀行經營發展情況的認可，將有助於提振投資人信心，進一步增強市場預期，並為渤海銀行在國際資本市場提高議價能力及降低融資成本奠定良好的基礎。

作為年輕的全國性股份制商業銀行，渤海銀行聚焦經濟重點領域和薄弱環節，逐步融入並服務國家戰略，深化小微金融服務，發揮穩產業鏈供應鏈、保障基本民生的作用，深入踐行金融服務實體經濟的擔當。

在普惠金融服務方面，渤海銀行主動為因疫情導致授信逾期的客戶提供免收罰息服務及徵信保護服務；對東北、中西部、天津、上海等重點地區和貨運物流、製造業等重點行業予以差異化定價優惠；強化中小微企業、三農和扶貧等領域金融支持；加大對製造業、綠色金融、鄉村振興等；領域的信貸投放，提高業務佈局與實體經濟的契合度。

作為首批獲得個人養老金業務資格的商業銀行之一，渤海銀行以其戰略敏感性與前瞻性，率先提出針對「養老一族」客群的戰略服務方向，加快推進了個人養老金服務體系建設。同時，充分發揮自身特點和優勢，在政策要求的先行地區為符合條件的不同客戶提供差異化服務，推動個人養老金業務平穩起步、健康發展。

2022年中期業績報告顯示，渤海銀行普惠型小微貸款與製造業貸款餘額增幅明顯。其中，普惠小微貸款餘額672.53億元，較上年末增加77.71億元，增速達13%，高於一般性貸款增速9.7個百分點。製造業貸款餘額1064.62億元，較上年末增幅為5.9%，持續滿足實體經濟融資需求。

除了服務實體經濟，在數字化轉型方面，渤海銀行深知數字化轉型是商業銀行實現戰略轉型的關鍵推動力，開啟了「在線化、數據化、智能化」三步走模式，以金融科技驅動業務、組織和資源分配，以數智能力更好滿足人民群眾的需求變化。該行不斷加大科技投入，資金投入達到5.05億元，科技人員佔比在報告期末達到7.48%，數字化轉型力度增大。

得益於數字化轉型的穩步推進，渤海銀行數字人民幣業務近日正式上線，新上線的數字人民幣業務為客戶提供便捷的充錢包、存銀行、轉錢、升級、收付款、事務歷史記錄查詢等主流服務功能，安全、穩定、簡單、易用。

渤海銀行將以此次數字人民幣上線為契機，充分發揮數字人民幣數字化、智能化、普惠化的優勢，聚焦場景建設，有序推進產品研發和服務升級，以優質的數字人民幣服務打通在線線下金融場景，以數字化技術賦能客戶和夥伴，協同打造更為便捷的金融服務生態，向高質量發展新階段穩步邁進。

華能國際：火電業務盈利改善 新能源業務注入發展新動能



煤價高企之下，火電企業成本高增，多家國內主要發電上市公司出現增收不增利的狀況。華能國際(00902.HK)三季報顯示，今年第三季度公司實現營收達人民幣671億元，同比增長34%；歸母淨虧損為人民幣9.3億元，同比減虧。

火電業務方面，由於上網結算電價的增長，部分抵銷了因煤價上漲所導致的成本漲幅，使得華能國際第三季度虧損同比下降。此外，公司前三季度毛利率環比已經轉正；淨虧損率也有所改善。隨著政策端和基本面共同發力，預計公司長協煤的採購比例仍有上行空間，加之後續煤炭價格逐漸由高位向合理區間回歸，公司火電業務盈利前景相對樂觀。

除了火電業務向好發展外，新能源業務正為華能國際打開新的增長空間。近年來，國家陸續出台多項政策，支持可再生能源發展。據全球能源互聯網發展合作組織(GEIDCO)預測，2025年中國新能源裝機1,095GW(其中風電536GW、光伏559GW)，新能源裝機滲透率37.1%，較2020年增加12.8ppts。

作為火電+綠電綜合電力運營商，華能國際積極把握風電行業發展機遇，大力推動源結構轉型，加大新能源裝機力度，新能源裝機發電快速增長，低碳清潔能源比例呈上升趨勢。

2022年，華能國際風電、光伏計劃資本開支合計達312.58億元，較2021年實際資本開支提升14.2%。2022年前三季度，公司新增風電及光伏裝機2.2 GW及1.5 GW。截至2022三季度末，公司控股裝機風電12.7GW，光伏4.8GW，風電光裝機佔比提高至14.2%。其中第三季度，公司風電及光伏發電量分別同比大增37.9%以及82.2%，增速較上半年的30.6%及69.6%環比進一步加快，風電及光伏分別實現稅後利潤9.2億元、4.8億元，為公司帶來穩定業績增量。

值得一提的是，由於火電靈活性改造相當於給自己的綠電項目配置儲能，與其他電力調節手段相比，成本優勢明顯，考慮到煤電利用小時數更高，實際度電成本優勢更加突出。這也意味著以華能國際為代表的火電+綠電的綜合電力運營商成本優勢顯著，未來綠電部分的利潤率也會更高。伴隨著公司火電機組調峰能力的提升，公司的盈利能力也會隨之走強。

根據華能國際計劃，到十四五末，公司預計將實現風電及光伏發電裝機55GW。隨著新能源裝機提升、綠電交易推進，新能源業務將為公司業績注入新的增長動能，有效增強業績韌性。在業績的持續修復下，預期也將帶動公司估值水漲船高。

線上線下齊發力歡喜傳媒向「中國迪士尼+」邁進



2020年以來，受疫情影響，影視行業原本的發展方向和節奏被打亂，行業整體下行，經歷了前所未有的「寒冬」。燈塔數據顯示，2022年國慶檔電影總票房為14.98億元，同比大跌65.86%。歡喜傳媒(01003.HK)積極轉變思維，憑藉綁定頭部導演+多類型導演矩陣+流媒體平台異軍突起，為中國觀眾帶來「中國迪士尼+」的期許。

疫情讓影視劇從製作到發行，都出現新的改變，也帶來了潛在機遇。2020年初，電影市場被迫按下「暫停鍵」，歡喜傳媒快速調整業務策略，通過線上平台上映《囧媽》，與頭條、抖音、B站等流量新貴實現深度流量合作，抓住發展重要契機。此外，其還與華為智慧屏、小米電視等在內的大屏內容平台合作，不斷打通流量覆蓋，有效獲取線上流量，實現影視內容的覆蓋人群和價值更大化。

在內容製作上，歡喜傳媒通過「導演合夥人制」，為其帶來強大的內容製作團隊和明星陣容。目前歡喜傳媒已與包括寧浩、徐崢、王家衛、顧長衛、張藝謀、賈樟柯、王小帥等在內的行業頭部導演以及青年導演達成深度合作，多類型導演矩陣已經成型。此外，歡喜傳媒還與優質明星和製作公司達成合作，加強自身內容製作能力。

目前，歡喜傳媒手中有5部S級頭部優質電影及2部A級優質影片計劃2023年陸續上映，其中，由黃渤監製，蘇亮導演的《學爸》及由張藝謀導演的《滿江紅》預計將於23年春節檔上映。而寧浩執導，劉德華主演的《紅毯先生》；張藝謀執導，易烱千璽、沈騰、張譯等主演的《滿江紅》；陳大明執導，張涵予主演的《無所畏懼》；顧長衛執導，葛優及王俊凱主演的《刺蝟》；王小帥監製的《上山》；張國立執導及編劇，周冬雨主演的《朝雲暮雨》等重量級影片也陸續將在2023年上映。根據中泰國際研報預測，歡喜傳媒2023年將錄得約23億港元的收入。

線上業務方面，直接背靠影視內容製作公司的歡喜首映將在流媒體競爭中受益於線上觀影習慣，後續隨著多部內容後續播出、獲授權的電影及電視劇版權增加，在眾多優質內容的支持下，歡喜傳媒首映付費用戶增長提速在望。

行業方面，隨著防疫措施逐步調整，外部環境整體呈現改善態勢，影視娛樂行業信心正在恢復。根據大摩預期，受需求旺盛、防疫措施放寬、新片排隊上映及補貼增加所推動，明年票房預計將增長50%，達到人民幣510億元。

在行業整體回暖的預期下，歡喜傳媒通過線上線下雙渠道同步發力，有望實現業績的反轉，且公司屬於港股影視傳媒稀缺標的，目前股價正處歷史低位區間，隨著業績的釋放，或迎來持續修復。

切實服務實體經濟 九台農商銀行為「三農」發展注入金融活水



金融是現代經濟的核心要素，也是全面推進鄉村振興的有力支撐，更是現代社會發展的「穩定器」。近年來，九台農商銀行(06122.HK)始終緊密圍繞服務鄉村振興戰略，立足本土，堅守服務「三農」市場定位，打造「土地銀行、糧食銀行、林業銀行」，持續為「三農」發展注入金融活水，開啟服務鄉村振興新篇章。

作為吉林省農村金融機構之一，九台農商銀行對實體經濟的信貸投放力度穩步增加，重點扶持領域包括地方基礎設施、地方特色產業、鄉村振興和三農領域等。其中，該行把創建信用村、加大信貸投放力度，作為促進農民增收的頭等大事，並先後藉此為田野泉、良澤米業、富民藍莓產業等農產品加工企業和農民專業合作社投放貸款近8億元，實現了農業產業化、規模化經營。

同時，九台農商銀行亦傾力扶持、發展特色產業。據悉，該行積極幫助茂林村成立了農民專業合作社，並建立了茂林農工商公司，使茂林村實現了可持續增收。針對受疫情影響的實體經濟企業，該行還相應推出執行優惠利率、開通綠色服務通道等多項優惠政策，以降低

實體經濟的融資成本。憑藉在扶持實體經濟領域的卓越貢獻，九台農商銀行於2022年第13屆金鼎獎中榮獲「年度服務實體經濟金融貢獻獎」，業內知名度與美譽度再獲提升。

此外，中國銀行業協會於近日發佈了「2022年中國銀行業100強榜單」，九台農商銀行連續七年入圍，且成為東北地區唯一上榜的農商銀行。行業領先的市場地位離不開該行主要經營指標的亮眼數據。三季報顯示，截至2022年三季度末，九台農商銀行資產總額為2,583.31億元(人民幣，下同)，負債總額為2,390.16億元，實現淨利潤16.90億元，資本充足率為11.51%，一級資本充足率為9%，核心一級資本充足率為8.9%，長期股權投資12.81億元。

值得一提的是，為打通糧食產銷鏈條，不斷優化金融服務，九台農商銀行創新推出了「金融+企業+監管+訂單」四位一體的服務模式。未來，該行將繼續深入落實「藏糧於地、藏糧於技」戰略，將金融活水引入糧食生產、收購、加工、倉儲、流通等各環節，助推糧食增產和農民增收，為糧食安全提供強有力保障。

龍源電力：樹立行業數字化轉型新標桿推動能源領域高質量發展



在能源改革創新目標引領下，我國加快構建清潔低碳、安全高效的能源體系，能源生產和利用方式發生重大變革，能源創新高質量發展邁出了新步伐。作為全球最大的風電運營商和國家能源集團新能源板塊的龍頭企業，龍源電力亦始終將創新發展放在首位。

目前，龍源電力(001289.SZ；00916.HK)已建成國內數據規模最大的新能源生產數字化平台，接入風電機組1.4萬餘台，建立「感知+決策+執行」協調聯動系統，逐步構建具有新能源特色工業互聯網，安全生產智能化、管理智能化水平顯著提升。數據顯示，龍源電力的風機機組2021年度100天、200天、300天連續無故障運行機組佔比分別達82%、39%、17%，管理提升增發電量8.2億千瓦時。

與此同時，龍源電力聯合百度智能雲，結合新能源場站生產實際需求，建設「龍源電力本部—省級監控中心—新能源場站」三級管理架構的視頻智能識別系統，以實現安全隱患的智能分析，全面提升生產和監管效率。目前，工作人員坐在北京監控中心便能輕鬆管理分佈在全國的逾1.2萬台風機和逾200個風電場。

依託於對風電場建設的大力推進，9月1日，龍源電力科技項目「風電場三維數字化設計系統關鍵技術研究及建設」獲中國可再生能源學會科學技術三等獎。該項目的推進與落實引領了風電場模型設計手段的變革與設計思維的轉變，開拓了行業數字化轉型新道路，對推動我國能源結構轉型具有重大意義。

此外，10月11日，龍源電力首套安全生產監控系統正式上線運行，成為國內唯一一家擁有完全自主知識產權的安全生產監控系統新能源運營商，打造了公司新能源數字化品牌新名片，為我國的新能源行業樹立了數字化轉型新標桿，業內龍頭地位得到有力鞏固。

能源是推進碳達峰碳中和的主戰場。實現「雙碳」目標，必須做好能源綠色低碳轉型這篇大文章。作為行業內數字化先驅，未來，龍源電力將持續以科學的管理理念和先進的科技技術為引領，推進生產智能化和運維管理化，當好產業數字化轉型「排頭兵」，發展潛力不容小覷。

新華文軒以提高品質為工作生命線 打造新時代出版精品

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.

今年來，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。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，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。

以蛻變之姿迎行業發展升級 中國華融踏上高質量發展新征程



20世紀90年代末四大資產管理公司成立至今，中國不良資產管理已邁入承擔改革化險等新使命的「3.0階段」。8月12日，普華永道發佈了《2022年中國不良資產管理行業改革與發展白皮書》，2021年中國不良資產整體規模約5.88萬億元，較去年同比增長12.86%。近年來，我國不良資產管理行業政策面亦推出多項利好，五家全國性資產管理公司之一的中國華融(02799.HK)迎來發展新機遇。

11月11日，國務院應對新型冠狀病毒肺炎疫情聯防聯控機制綜合組發佈《關於進一步優化新冠肺炎疫情防控措施科學精準做好防控工作的通知》，帶動經濟復甦。近日，央行、銀保監共同發佈《關於做好當前金融支持房地產市場平穩健康發展工作的通知》，涉及保持房地產融資平穩有序、加大住房租賃金融支持力度等16項政策措施。「金融16條」的發佈釋放了金融支援房地產的政策信號，對房地產市場未來發展影響至遠。

AMC作為紓困房企資金，是化解實體經濟風險的重要主體，重要性進一步提升。中國華融始終立足不良資產行業主力軍定位，推動同相關市場主體的紓困合作，大力開展保交樓、爛尾樓盤活、問題資產併購重組等項目，維持經濟社會穩定。現已與陽光集團、新華聯集團簽訂重組框架服務協定，參與推動企業重組紓困。未來，中國華融有望在保樓市、穩經濟的前提下，實現強勁業績增長。

與此同時，領導班子的改革與蛻變亦是中國華融邁上發展新階段的重要標誌。11月17日，中信集團成為中國華融第一大股東。在中信集團的指導下，中國華融經營管理工作扎實穩步推進，實現控資產、降負債，合理壓縮資產負債規模，資產負債結構更加健康。此外，11月21日，中國華融若干內資股實施「全流通」獲港交所批准，港股市場成交量和流動性進一步增強。

未來，中國華融將繼續把握市場機遇，聚焦不良資產主業，進一步強化金融資產管理在服務國家戰略、支持實體經濟等方面的重要作用，穩中求進、提質增效，業績增長潛力有望逐漸得到釋放，助推自身邁向高質量發展新征程，前景可期。

東軟教育與普洱學院共建數字產業學院，推動區域經濟與「一帶一路」國際化發展戰略的數字人才供給

On September 17, 2022, the unveiling and opening ceremony of the Digital Industrial College jointly built by Neusoft Education and Pu'er University was held in Pu'er University. Wu Xuerong, vice mayor of Pu'er City, heads of relevant government departments in Pu'er City, Hu Guoyun, secretary of the Party Committee of Pu'er University, Ma Wenhui, vice secretary of the Party Committee and president, Liu Jiren, founder of Neusoft and chairman of Neusoft Education Technology Group, Li Yingao, senior vice president of Neusoft Education Technology Group, Tan Shuai, vice president and general manager of higher education business department, Gan Dan, senior sales manager, teacher representatives of Pu'er University and some student representatives of the Industrial College attended the ceremony.

2022年9月17日，東軟教育與普洱學院共建數字產業學院揭牌及開班儀式在普洱學院隆重舉行。普洱市副市長吳學榕、普洱市相關政府部門負責人，普洱學院黨委書記胡國雲，黨委副書記、院長馬文會，東軟創始人、東軟教育科技集團董事長劉積仁，東軟教育科技集團高級副總裁李印杲，副總裁兼高等教育事業部總經理譚帥，高級銷售經理甘聃，普洱學院教師代表、產業學院部分學生代表等出席儀式。



普洱學院黨委副書記、院長馬文會在講話中對學校與東軟教育科技集團的合作給予充分肯定，並希望通過雙方資源優勢的強強聯合，聚焦新技術、新業態與信息技術的深度融合，在專業建設、創新創業教育、與城市數字化產業發展的高度互動等多個領域開展全面的合作，並加速推動中國與東南亞國家在數字化人才方面的聯合培養，為「一帶一路」建設提供規模化、國際化的數字人才。



東軟創始人、東軟教育科技集團董事長劉積仁指出，數字經濟已經成為中國經濟發展的核心動力，而數字經濟的發展離不開人才的強力支撐。東軟教育和普洱學院的深度合作，將為區域數字經濟的發展以及「一帶一路」國家數字經濟的發展提供源源不斷的高質量的人才供給。期待產業學院的各位同學不斷增強對祖國、行業、職業的認知和熱愛，提升數字化技能，為數字化時代的發展創造更大價值。

普洱市副市長吳學榕在講話中表示，希望普洱學院—東軟教育科技集團數字產業學院能夠積極主動融入和服務雲南省，打造世界一流「三張牌」和普洱市建設「兩示範一勝地」「創業之城」戰略，並促進中國「一帶一路」倡議在沿線國家推進數字產業的蓬勃發展。

普洱學院副院長白應華、東軟教育科技集團高級副總裁李印泉代表校企雙方簽約。

普洱市副市長吳學榕、普洱學院黨委書記胡國雲、黨委副書記、院長馬文會、東軟教育科技集團董事長劉積仁等共同為「普洱學院—東軟教育科技集團數字產業學院」揭牌。

東軟教育科技集團依托東軟雄厚的產業優勢及學歷教育豐厚的辦學積澱，通過專業共建與產業學院、智慧教育平台與教學內容、實驗實訓室解決方案等多種形式，用一流的教育產品和服務為更多的普通高校和職業院校開展IT與健康醫療科技教育賦能。

中國航信再次入選國資委「央企 ESG·先鋒50」指數

In the ESG assessment of 426 Central-Controlled Listed Companies, TravelSky Technology Limited (“TravelSky” or the “Company”; HKEX stock code: 00696.HK) ranked 32nd in the “Top 50 Central Enterprises in ESG”, 15th in the “Top 50 Central Enterprises in ESG Governance”, and 42nd in the “Top 50 Central Enterprises in ESG Social Value” at a score of 68.3. The case “Smart Transit System to Improve Travel Efficiency of Transit Passengers” submitted by TravelSky was selected as an excellent ESG case, and was also included in the ESG Blue Book of Central-Controlled Listed Companies (2022).

2022年11月7日，由國務院國資委社會責任局指導、中國社會責任百人論壇(ESG專家委員會)承辦的「共建ESG生態共促可持續發展—ESG中國論壇2022冬季峰會」在濟南召開。此次峰會發佈了《中央企業上市公司ESG藍皮書(2022)》及「央企ESG·先鋒50系列指數」。

在426家中央企業控股上市公司ESG評級中，中國航信以68.3分成績位列「央企ESG·先鋒50指數」第32名、「央企ESG·治理先鋒50指數」第15名、「央企ESG·社會價值先鋒50指數」第42名，提交的「智慧中轉系統提高中轉旅客出行效率」案例入選為ESG優秀案例，並被收錄在《中央企業上市公司ESG藍皮書(2022)》裏。

「央企ESG·先鋒50系列指數」由國務院國資委社會責任局指導，以中央企業控股上市公司為評價對象，對其ESG治理水平、社會環境價值創造和風險管理水平進行綜合性評價，根據企業綜合表現及在ESG治理、社會價值、風險管理三個細分板塊的具體表現，分別篩選位列前50的企業，形成「央企ESG·先鋒50指數」「央企ESG·治理先鋒50指數」「央企ESG·社會價值先鋒50指數」「央企ESG·風險管理先鋒50指數」四個系列指數，為國務院國資委統籌推動央企上市公司ESG工作提供重要參考。

國務院國資委黨委委員、秘書長彭華崗在此次峰會上表示：「ESG推崇多重價值取向，強調經濟、環境、社會協調發展，推動企業從單一追求自身利益最大化到追求社會價值最大化，」是加快建設具有全球競爭力的世界一流企業的必由之路，與中國式現代化全面推進的宏偉目標高度吻合。

中國航信將再接再厲，培養可持續發展的企業文化，提升ESG管理能力，推動公司高質量可持續發展，以實際行動踐行ESG理念，為各利益相關方創造更多價值。



「破浪出海」後勁足！馬鋼H型鋼出口表現優異

In the first 10 months of this year, Masteel's H-beam export production orders reached 400,000 tons(including 127,000 tons of heavy-duty H-beams).At the moment when the steel market situation is extremely severe, the sales of Maanshan Iron and Steel's H-beam steel have maintained a good trend of rising against the trend and making steady progress.

今年前10個月，馬鋼H型鋼出口生產訂單達40萬噸(其中，重型H型鋼12.7萬噸)，出口總量同期增長15%，尤其在南美市場創下5.5萬噸的歷史新高。在鋼鐵市場形勢異常嚴峻的當下，馬鋼H型鋼銷售保持逆勢上揚、穩中有進的良好態勢。

近年來，全球H型鋼市場競爭愈發白熱化，馬鋼在繼續保持亞洲、北美等市場銷量的同時，早早將目光看向南美市場。2017年以前，馬鋼H型鋼在南美市場年平均銷量不到1萬噸，且呈逐漸萎縮之勢。對此，馬鋼銷售團隊主動出擊，於2017年4月前往南美，走訪多個國家和地區，尋求長期合作的機會。經過5年精心耕耘，馬鋼H型鋼在南美市場的銷售量取得大幅增長。今年1-10月份，馬鋼H型鋼在南美市場的銷量已達5.5萬噸，在創出銷量新高的同時，正朝著全年6萬噸的目標穩步邁進，成為馬鋼H型鋼出口的閃亮增長點。

與日俱增的銷量，源於不斷創新的行銷模式和持續升級的服務模式。2020年行銷中心型材部成立後，有效整合內外貿資源，創新行銷模式，與行銷中心技術經理室、合同物流部協同配合，努力用產品和服務為使用者創造價值，收穫了更高的客戶滿意度和更多的長期採購意願。對於南美市場，馬鋼出口銷售團隊積極整合經銷商市場，穩定拓展管道，不斷開發新客戶，憑藉完整的規格配套、優異的品質和服務，將中國名牌產品—馬鋼熱軋H型鋼成功銷往南美十幾個國家和地區，在南美市場取得了量的提升、質的突破。

市場版圖的擴大更離不開過硬的生產、技術支援。製造管理部、長材事業部、技術中心、檢測中心和行銷中心成立的產銷研團隊立足自身職能，攜手攻堅克難，持續突破自我，在工藝優化、產品開發、高效組產、物流運輸等方面不斷取得進步，確保訂單及時優質高效交付，為馬鋼H型鋼海外市場開拓凝聚了強大合力。

「我們將以黨的二十大精神為引領，以開拓進取、創新行銷為己任，砥礪奮進，持續拓展H型鋼海外市場。」馬鋼型材行銷團隊負責人表示，年末衝刺階段，他們將再接再厲，打好全年收官戰。



山水水泥(00691.HK)前三季度股東應佔利潤10.24億元 同比減少42.51%，機構指四季度水泥價格有望上行

Shanshui Cement (00691.HK) announced that the operating income for the nine months ended September 30, 2022 was RMB 16.495 billion, a year-on-year decrease of 6.13%; the profit attributable to shareholders of the company was RMB 1.024 billion, a year-on-year decrease of 42.51%.

山水水泥(00691.HK)發佈公告，截至2022年9月30日止9個月經營收入人民幣164.95億元，同比減少6.13%；公司股東應占利潤人民幣10.24億元，同比減少42.51%。

截至2022年10月25日收盤，山水水泥(00691.HK)報收於1.69元，下跌0.59%，換手率0.0%，成交量7.1萬股，成交額11.77萬元。投行對該股關注度不高，90天內無投行對其給出評級。

山水水泥港股市值74.02億港元，在水泥製造行業中排名第5。

財通證券表示，三季度水泥景氣度延續了前期的低迷，但在企業積極實施錯峰生產下價格觸底反彈，考慮到煤等原材料價格依舊處於高位，三季度企業營收和利潤承壓。展望四季度，供給端冬季錯峰已開始實施，而需求端隨著基建落地、天氣因素緩解，供需逐步匹配，價格也有望上行，支撐企業營收與業績環比改善。



上海電氣刷新全球已並網最大風輪直徑機組紀錄

Recently, Shanghai Electric Wind Power Group Co., Ltd. (hereinafter referred to as “Electric Wind Power”), a new generation of semi-direct drive unit EW8.5-230 of the Poseidon platform, successfully connected to the grid with one key. The wind turbine diameter unit, successfully connected to the grid this time, once again set a new record for the largest wind turbine diameter unit connected to the grid in the world.

近日，上海電氣風電集團股份有限公司(以下簡稱「電氣風電」)海神平台全新一代半直驅機組EW8.5-230成功一鍵並網，該機組風輪直徑達230m，是全球已吊裝的最大風輪直徑機組，這次成功並網，再次刷新了全球已並網最大風輪直徑機組紀錄。

海神平台EW8.5-230機組是針對中國中低風速海域定制化設計的產品，可滿足中低風速海域海上風電平價上網的需求，該機組基於整機系統方案最優設計、核心部件深度技術穿透，瞄準「高收益」、聚焦「高可靠」，實現「技術領先下的整體解決方案領先」。



基於中國最大的海上風電樣本庫孕育出「平價利器」—海神平台

基於電氣風電擁有的中國最大海上風電樣本庫積累的機組設計、生產、安裝、運維經驗，融合不同技術路線的優點，電氣風電針對海上風電平價時代，以及雙碳戰略下海上風電的發展目標，採用高度集成的半直驅驅動鏈技術路線，開發出了全新一代「平價利器」—海神平台。

創新與傳承並存，核心部件技術穿透是關鍵

EW8.5-230機組傳承了電氣風電成熟的葉片設計、可靠的變槳和偏航系統、高效低能耗的冷卻系統、綜合最優的電氣系統等，在此基礎上進行創新的驅動鏈設計。EW8.5-230機組是目前全球已並網的最大風輪直徑機組，所使用的葉片長度達112m，由電氣風電自主完成氣動、結構設計，採用碳纖維與玻璃纖維混合材料，具有更輕的重量、更強的承載力；通過動態雨蝕前緣保護，延長葉片運行壽命；應用國際防雷技術，保障整機運行可靠性。另外，EW8.5-230機組通過風電全生命週期數位化設計、生產、運維管理，搭配電氣風電LeapX控制系統，降低整機運行載荷，全感知數位化智聯，與電氣風電自主研發設計的風雲平台智慧互聯，持續提升機組可利用率及風電場收益率。

平價時代不止是「大」，還要更可靠

平價時代下，電氣風電提前佈局了可以實現平價的「大」機組。為解決機組大型化後可能帶來的技術與品質風險，電氣風電秉持一貫的嚴謹態度，對於「大」機組進行一系列的測試驗證，從原材料、部件、系統、整機，再到風場，一步一個腳印完成機組開發過程中各個重要環節的測試，包括：新型複合材料性能測試，葉片極限與疲勞測試，軸系、齒輪箱、發電機的集成對拖測試，變流器、變槳系統、主控系統的電氣系統測試，整機旋轉載入測試等。

待完成所有工廠測試驗證後，電氣風電首先通過陸上樣機的測試，檢驗風機在實際環境條件下的運行情況，將所有可能存在的問題在陸上解決閉環，避免海上樣機測試所帶來的高風險，進一步提升機組批量運行的可靠性。

上實環境公佈2022年三季度業績 各業績指標穩中有進

On 10 November 2022, SIIC Environment Holdings Ltd. (hereinafter referred to as SIIC; 807.HK) published its third quarterly results report. During the reporting period, the businesses of SIIC developed steadily, and its operating conditions improved in all respects. SIIC recorded an increase in total revenue by 14.1% year-on-year to RMB5.788 billion; an increase in net profit attributable to shareholders by 11.1% year-on-year to RMB571 million; and an increase in gross profit by 8.9% year-on-year to RMB1.932 billion, showing a steady growth trend. The Company's wastewater treatment volume increased by 1.7% year-on-year to 1.847 billion tonnes; and the average wastewater treatment rose to RMB1.74 per tonne, an increase of 4.8% year-on-year.

11月10日，上海實業環境控股有限公司（簡稱「上實環境」股份代碼：00807.HK）宣佈公司及其附屬公司（「集團」）截至2022年9月30日止九個月（「報告期內」）的未經審計財務業績。2022年前九個月，集團積極把握政策所帶來的行業利好，在推進已有項目建設的同時關注新增項目進展，並著眼於固廢處理、污水處理等業務，推動業務實現提速高質量發展。截至2022年9月30日止九個月，集團實現收入人民幣57.88億元，同比增長14.1%，主要為服務特許安排運營維護收入和財務收入增加及建造項目的加快推進帶來了建設收入的增長；毛利為人民幣19.32億元，同比上升8.9%；公司股東應占淨利潤達人民幣5.71億元，較上年同期增長11.1%。

憑藉前瞻性的行業洞察力，集團積極提升核心競爭力 and 盈利能力，以保持自身良好的財務狀況，鞏固行業龍頭地位。截至2022年9月30日，集團的現金及現金等價物總額為人民幣28.3億元，保持穩健水平，財務狀況良好；經營活動使用的淨現金為人民幣5.2億元，經營活動產生的淨現金流入為人民幣5.49億元；資產負債率亦維持在健康水平。



報告期內，公司水和污泥處理業務實現收入32.16億元人民幣，同比增長5.37%。集團污水處理量達18.47億噸，同比增長1.7%；供水水量同比增長3.0%至2.36億噸；平均污水處理費上升至人民幣1.74元／噸，同比增長4.8%；平均供水水價為人民幣2.48元／噸，與去年同期相近。

目前，中國第三季度經濟運行恢復向好，各行業發展穩中有進。同時，隨著中國持續推出污水處理、固廢處理等相關行業利好政策，環保產業將迎來黃金發展階段。未來，作為集管理、技術、運營、資本等能力於一身的綜合性環保企業，集團將充分發揮自身經驗優勢，持續發力重點城市與流域佈局，同時推進各項目平穩推進，奠定提速發展的堅實基礎，以期給股東帶來長遠回報，並為國家的綠色可持續發展貢獻「上實」力量。

濰柴動力公佈2022年三季度業績：傳統市場地位穩固，新興業務貢獻加大

On October 30, 2022, Weichai Power (2338.HK; 000338.SZ) disclosed its third quarter report for 2022. In the third quarter, it achieved operating income of 43.78 billion yuan, net profit attributable to the parent company of 925 million yuan, and basic earnings per share of 0.11 yuan; In the first three quarters, the cumulative operating income was 130.52 billion yuan, the net profit attributable to the parent company was 3.31 billion yuan, and the basic earnings per share were 0.38 yuan.

2022年10月30日，濰柴動力(2338.HK；000338.SZ)披露2022年三季報，第三季度實現營業收入437.8億元，歸母淨利潤9.25億元，基本每股收益0.11元；前三季度累計營業收入1305.2億元，歸母淨利潤33.1億元，基本每股收益0.38元。

2021年7月以來中國重卡行業經歷了斷崖式下跌，但這種斷崖式下跌的局面自2022年三季度開始發生了變化。根據中國汽車工業協會公佈的數據顯示，2022年9月中國重卡銷售5.2萬輛，1-9月累計銷量52.3萬輛。從行業整體走勢來看，近兩個月重卡銷量同比降幅較上半年已明顯收窄，呈現逐漸復蘇態勢。

濰柴動力在第三季度繼續依靠領先的技術和品質優勢，先後推出H系列和T系列大馬力高端發動機，動力強勁、高效節能、穩定可靠，受到卡車司機的一致好評。重卡發動機裝機率三季度單季超過35%，前三季度裝機率達32%，龍頭地位優勢顯著。控股子公司陝重汽經營繼續向好，第三季度實現盈利，銷售重卡2.1萬輛，同比增長23%，市占率達14.9%，市場份額持續提升。

大缸徑發動機、高端液壓動力總成、高端農業裝備是濰柴動力的戰略新興業務。2022年前三季度，大缸徑發動機銷售超5000台，同比增長超40%；收入16.3億，同比增長75%；林德液壓全球實現收入19億元，其中中國業務收入4.8億元，同比增長21%；濰柴雷沃智慧農業收入和盈利繼續保持高速增長。三大戰略業務為整體業績穩健發展提供有力支撐。

2022年第三季度，控股子公司凱傲集團雖受高通脹率和上游成本提高等因素影響，盈利有所承壓，但訂單量和收入表現仍然強勁。雖然週邊環境仍有諸多挑戰，但凱傲集團正逐步加大降本增效力度，並加強供應商網路建設，實施更加及時的價格調整策略，傳導成本壓力，以保障盈利水準快速恢復。

受穩增長政策、物流恢復、運煤旺季等利好因素推動，預計重卡行業需求將逐步復蘇，迎來明確拐點。作為行業龍頭的濰柴動力，有望憑藉其強大優勢進一步提升市場份額。同時，濰柴動力的戰略新興業務正迎來集中爆發期，業績貢獻將繼續加速釋放；智慧物流成本下降、盈利改善、持續向好。隨著週邊多種不利因素改善及自身強大的核心競爭優勢，預計未來濰柴動力的業績將實現強勢增長。



中國太保三季度單季淨利潤同比增長 29.5%壽險新業務價值實現正增長

Recently, China Pacific Insurance (Group) Co., Ltd. (hereinafter referred to as CPIC; 2601.HK) released its third quarter 2022 results report. During the reporting period, the Group achieved insurance business revenue of RMB324.647 billion, representing a year-on-year increase of 7.7%. CPIC Life achieved insurance business revenue of RMB189.739 billion, an increase of 4.4% year-on-year, while CPIC Property achieved insurance business revenue of RMB133.885 billion, an increase of 12.5% year-on-year. For the third quarter alone, CPIC reported strong growth, achieving operating income of RMB105.306 billion, up 7% year-on-year, and net profit attributable to shareholders of the parent company of RMB6.971 billion, up 29.5% year-on-year.

近期，中國太平洋保險(集團)股份有限公司(簡稱「中國太保」股份代碼：2601.HK)公佈公司2022年三季度(「報告期內」)之業績。今年前三季度，在國內疫情多點散發、極端高溫天氣、經濟增長承壓等多重嚴峻考驗下，中國太保堅持高質量發展道路，經營業績呈現良好發展態勢。2022年前三季度，公司實現保險業務收入人民幣(下同)3,246.47億元，同比增長7.7%。其中太保壽險實現保險業務收入1,897.39億元，同比增長4.4%；太保產險實現保險業務收入1,338.85億元，同比增長12.5%。就第三季度單季而言，中國太保業績增長強勁，實現營業收入1053.06億元，同比增長7%；實現歸屬於母公司股東淨利潤69.71億元，同比增長29.5%。

太保壽險堅定轉型發展，堅持穩中求進，持續深化長航轉型驅動發展模式轉變，職業營銷、服務式營銷、價值銀保、「產品+服務」體系等項目集有序落地，成效逐步顯現。2022年前三季度，太保壽險實現保險業務收入1,897.39億元，同比增長4.4%，其中新保業務收入同比增長31.0%；新業務價值增速延續逐季向好趨勢，前三季度實現新業務價值75.48億元，

代理人渠道持續推進職業營銷改革，業務發展趨向更加均衡，三季度當季新保保費、新保期繳保費均實現同比正增長；公司強化「芯」基本法推動，推進績優組織建設，優化招募系統流程，完善訓練體系，隊伍質態進一步優化，月均核心人力佔比、核心人力月人均首年保險業務收入、核心人力月人均首年佣金收入均同比提升；業務品質顯著改善，個人壽險客戶13個月保單繼續率88.0%，同比提升7.5個百分點。

同時公司拓寬多元化渠道佈局，推進價值銀保策略落地，聚焦價值網點、價值產品和高質量隊伍，前三季度實現保險業務收入220.56億元，同比大幅增長827.9%，期繳佔比逐季穩步提升。團險業務加快新模式塑形，前三季度實現保險業務收入135.50億元，同比增長4.5%。

未來，集團將繼續推動壽險改革，持續推進代理人職能提升，拓寬多元渠道佈局，增強發展動能，推動集團健康穩定發展，將中國太保全全力打造成具有國際競爭力的一流保險金融服務品牌。



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

碳排放權質押貸款首投放 深哈產業園支行新入駐

The successful landing of Harbin Bank's first carbon emission right pledge loan in Jixi marks a new breakthrough in Harbin Bank's green finance and carbon finance innovation financing, and creates a precedent for future carbon emission right pledge loans in China. In order to further support the development of Harbin New Area and Harbin Area of the Pilot Free Trade Zone, Harbin Bank Shenha Industrial Park Branch was officially opened, becoming the first financial institution in Harbin to settle in Harbin Industrial Park, making new and greater contributions to promoting the economic and social development of Harbin New Area.

2022年上半年，面對經濟下行、疫情反復的嚴峻挑戰，以及需求收縮、供給衝擊、預期轉弱的三重壓力，哈爾濱銀行「6138.HK」資產總額為人民幣6,616.549億元，較上年末增幅2.57%；類貸款總額為人民幣1,621.476億元，較年初增長人民幣5.49億元。據統計，哈爾濱分行零售存款餘額在當地市場份額為18.3%，市場排名第1位；零售存款增量位列當地市場第2位。

全國首筆「未來碳排放權」質押貸款落地龍江

10月10日，哈爾濱銀行首筆碳排放權質押貸款成功落地雞西，標誌著哈爾濱銀行在綠色金融領域及碳金融創新融資方面取得新突破。哈爾濱銀行此次投放的碳排放權質押貸款，有別於國內同業現有的以存量碳排放配額質押獲得流動資金的信貸模式，是全國首筆基於企業進行清繳前的未來碳排放配額儲備需求進行信貸資金匹配式投放，提前進行專項授信，用於企業在全國碳排放交易平台購買企業所需配額，並將購買的配額追加質押，形成「信用放款+未來碳排放配額質押」的風險控制模式，開創了國內未來碳排放權質押貸款先河。



哈市首家金融機構正式進駐深哈產業園

為進一步支持哈爾濱新區、自貿試驗區哈爾濱片區發展，今年10月24日，哈爾濱銀行深哈產業園支行正式開業，成為哈爾濱市第一家落戶深哈產業園區的金融機構，創新推出了「科技貸」「創業貸」「風險補償金貸款」等針對科技型企業、中小企業融資的金融產品，極大地支援了區內企業快速成長、發展壯大，其成功打造的自貿區跨境金融服務品牌得到了社會各界的廣泛認可，為推動哈爾濱新區經濟社會發展作出新的更大貢獻，現已成為自貿區招商引資的金融名片之一。

深哈產業園是哈爾濱市全面學習發達地區發展經驗的窗口和平台，是哈爾濱新區引領龍江經濟高品質發展的重要引擎。哈爾濱銀行深哈產業園支行的開業必將進一步提升園區的金融服務能力，將有力助推哈爾濱市打造「創新引領之都」建設。

洛陽鉬業榮獲鼎革獎 攜手甯王投資開發KFM

With the "Thousand Miles Molybdenum" pilot program, Luoyang Molybdenum won the "Jury Award" of the Dingge Award. CMMOLYBDENUM is accelerating its digital transformation to improve operational efficiency across the board. CATL invested in KFM Holdings Co., Ltd., a subsidiary of Luoyang Molybdenum through its subsidiary, and together with its strategic partner CATL, CATL has established a new investment platform ACC to actively participate in the value chain projects advocated by the development vision and strategy of the Democratic Republic of the Congo.

2022年第三季度，洛陽鉬業「3993.HK」實現營業收入1,324.7億元，同比增長5%；實現歸屬於母公司淨利潤53.1億元，同比增長49%，實現每股收益0.248元，同比增長50%，洛陽鉬業2021年實現淨利潤51.06億元，今年前三季度的淨利潤已超去年全年。

榮膺數字化轉型權威獎項「鼎革獎」

「鼎革獎」被業界定位為「頗具公信力的企業數字化轉型獎項」。5年以來，「鼎革獎」為越來越多領先的中國企業提供了交流和展示的舞台。今年鼎革獎在聚焦「新型中國企業」的同時，還首次將全數據的智慧企業、全鏈接的協同企業、全綠色的可持續發展企業納入評選範圍。經過甄選，洛陽鉬業憑藉「千里鉬」領航計劃，榮膺鼎革獎「評委會大獎」。

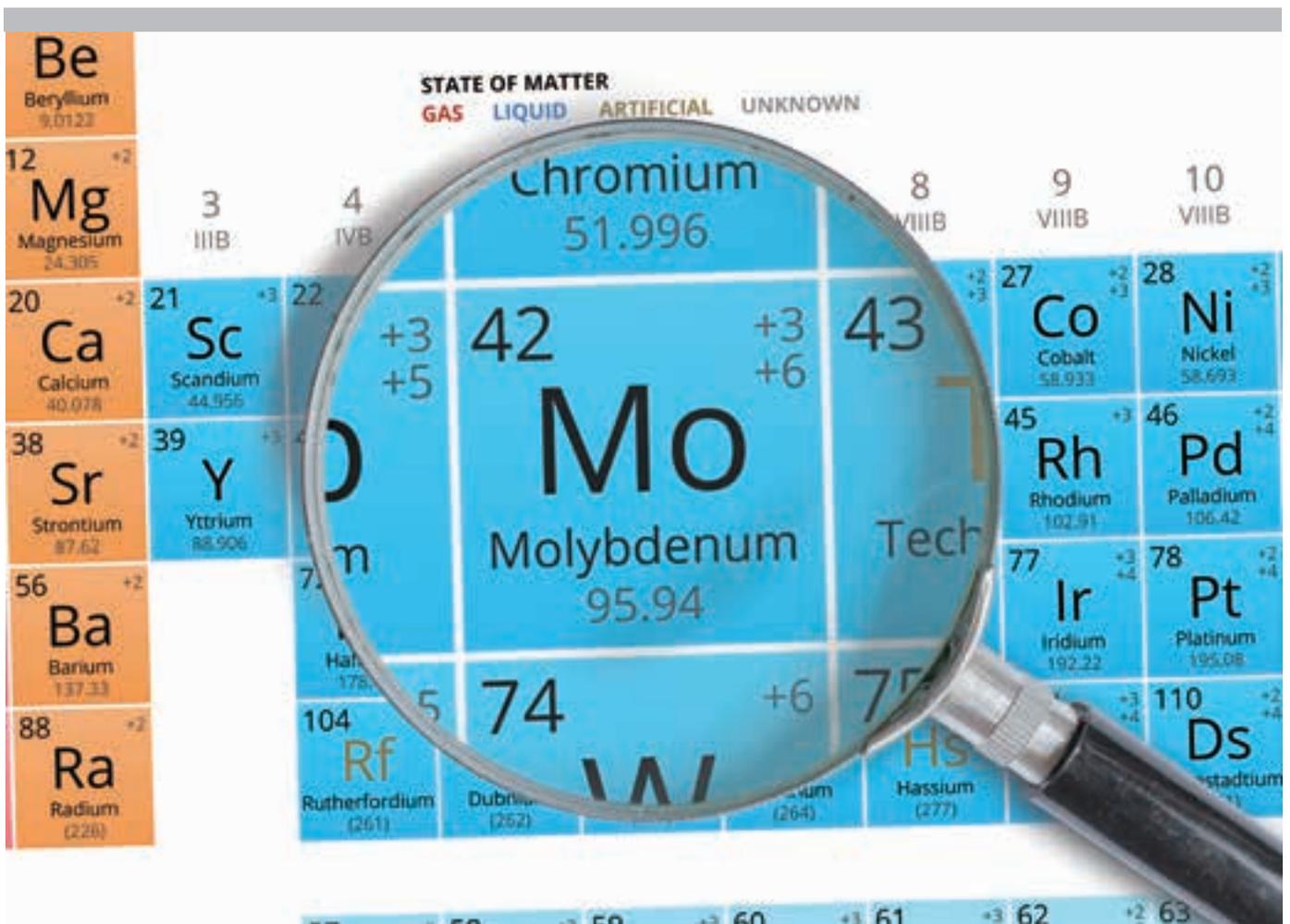
洛陽鉬業正在加快數字化轉型，以全面提升運營效率。「千里鉬」領航計劃一期SAP及15個週邊系統成功上線，公司全球集採業務和中國區產供銷業務、KFM建設期項目管理等核心業務實現平穩運行；借助人工智能數字員工助力公司管理總部運行效率提升，通過數字化手段實現財務流程與部分業務流程高度自動化，提升全球財務管理與運營水準。

洛陽鉬業的數字化轉型將給整個行業帶去經驗和借鑒，將在智慧管理運營、建立商業網絡、產業鏈創新、佈局海外市場、踐行低碳發展、和構建合規體系六大領域中起到了引領作用。

甯王間接成為洛陽鋁業第二大股東

寧德時代通過子公司入股洛陽鋁業旗下的KFM控股有限公司，其核心資產為剛果(金)KFM銅鈷礦95%的股權。該礦山蘊含超過620萬噸銅金屬和超過310萬噸鈷金屬，是世界品位最高的待開發銅鈷礦之一。寧德時代與洛陽鋁業將共同投資開發KFM項目，目標是將其建成世界級的大型銅鈷生產商。雙方未來將發揮各自優勢，共同佈局全球新能源相關金屬資源，打造具有韌性的全球供應鏈體系。

洛陽鋁業在2016年行業極其困難時期進入剛果(金)並從此致力於成為長期投資者和合作夥伴。現在洛陽鋁業與戰略夥伴甯德時代一起設立了新的投資平台ACC，積極參與剛果(金)發展願景和戰略所倡導的價值鏈項目



與汽車之家達成戰略合作 探索一站式服務新模式

Zhongsheng Group Holding Limited (0881.HK) signed a strategic cooperation agreement with Autohome Inc. on 2 November, under which both parties will integrate their advantageous resources to explore a new model of providing one-stop services including viewing, purchase, use and replacement of automobiles for users.

與汽車之家達成戰略合作探索一站式服務新模式

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)於11月2日與汽車之家簽署戰略合作協議，雙方將結合各自優勢資源，探索為用戶提供看車、買車、用車、換車的一站式服務新模式。

此次中升集團與汽車之家達成戰略合作，為雙方在各自業務領域內的深度合作提供了良好契機。中升集團提供線下體驗及專業化服務，將結合全國性的網點、新舊一體、4S店的專業服務體系，為車主提供更良好的消費體驗。並以此模式為基礎，展開城市試點，預計今年底將完成一站式服務交易全模式驗證。汽車之家則將提供線上觸達及用戶運營業務，利用自身的用戶群體及專業權威的內容體系，結合車源提報、管家一站式服務等產品，帶來線上用戶觸達及邀約到店等服務，為中升集團優質車源創造新零售渠道，為中升集團消費者提供全價值鏈的置換體驗和更為標準、專業、細緻的全週期管家式服務。

未來，中升集團將與汽車之家一起在管家式服務及線下檢測交付服務方面探索更多的合作可能，實現資源分享、優勢互補、互利共贏，共同探索二手車發展新模式，實現業績突破，為股東帶來長期穩定回報。



「南下」新模型成效初顯 呷哺呷哺再拓燒烤賽道



Xiabuxiabu Catering Management (China) Holdings Co., Ltd. (“Xiabuxiabu”; stock code: 520.HK), the No. 1 small hotpot chain operator in mainland and a company from Taiwan, has started to “expand eastward and southward” this year, vigorously expanding its outlets in eastern coastal cities, including the Yangtze River Delta, the Greater Bay Area, and the provinces in central China, as well as the southern market. According to the consumption characteristics of the eastern and southern regions and the local consumer demand, the new model of “South-to-East Expansion” has made adjustments in terms of dishes, richness of set menus, and decoration to bring customers a better dining experience.

內地小火鍋連鎖第一品牌、台企呷哺呷哺餐飲管理有限公司(「呷哺呷哺」; 股票代碼: 520.HK)從今年開始「東擴南下」, 在東部沿海城市、長三角、大灣區、中部省份等區域大力擴張佈局, 亦準備大力開拓南方市場。「南下東擴」新模型根據東、南區域的消費特性和當地客群消費需求, 在菜品、套餐豐富度和門店裝潢氛圍等方面做了調整, 以為顧客帶來更好的用餐體驗。

今年7月份以來, 集團位於上海、蘇州、武漢、深圳的6家新店均有亮眼表現, 其中上海地區翻台率最高日翻超十, 新店開幕後持續穩定, 日翻台均在4翻以上, 業績也達預期。下一步, 呷哺集團將加速完成擴張計劃, 未來計劃新增近100家門店, 其中呷哺呷哺50家, 湊湊50家, 不斷擴張服務網絡, 提升自身綜合競爭力。

與此同時, 公司亦積極佈局燒烤賽道, 以期在燒烤圈大展拳腳。今年9月24日, 呷哺集團全新品牌「趁燒」在上海開業, 首批20餘家門店瞄準北上廣深等一線城市, 未來3年門店數將突破百家。趁燒門店將自身定位於「年輕化」, 店內裝修包含居酒屋和夜店元素, 同時門店注重打造食材的差異化競爭優勢, 主打燒肉, 還提供精釀啤酒、常規茶飲及含酒精的茶飲特調等。

在新消費浪潮的催化之下, 夜宵經濟正在蓬勃發展。選擇夜宵經濟, 選擇燒烤賽道, 是呷哺呷哺的轉型和重要嘗試。新品牌「趁燒」的應運而生, 將進一步加強集團多品牌和多業態經營能力, 提升品牌知名度與美譽度, 帶來估值發酵機會。

全生態孵化母嬰達人IP，寶寶樹 加速滲透Z世代母嬰家庭消費全場景



Babytree, as China's leading maternal and child community platform, is committed to connecting and serving young families, with the mission of “enabling young families to enjoy a wonderful life journey”. Powerful social functions and high-quality content are the two pillars of the BabyTree community platform, on which BabyTree provides comprehensive products and services to meet the four core needs of Chinese young families in learning, communication, recording and shopping. After 12 years of development, Babytree has established itself as the most trusted brand among the online platforms for mothers and babies in China.

近年來，頭部母嬰互聯網社區平台寶寶樹集團(01761)，全面整合品牌生態資源，不斷加碼達人孵化培養體系建設，在平台內外成功打造眾多爆款IP，構建覆蓋孕育全場景的內容矩陣，加速滲透年輕家庭生活的方方面面，同時基於對達人帶貨、內容種草、社群種草等新商業模式的前沿探索，寶寶樹創新達人營銷策略，助力母嬰品牌高效拉新獲客，為品牌破圈、行業發展帶來更多可能。

8月30日，寶寶樹發佈2022年度中期業績公告：公司營收穩中有增，C2M業務實現增長。截至2022年6月30日，寶寶樹半年度營收增至1.37億元人民幣，同比增長1.4%；其中C2M電商業務升級後實現複蘇，營收擴增至2720萬元人民幣，同比增長103.5%，廣告營收1.08億元人民幣。核心流量變現陣地寶寶樹孕育App平均月活用戶規模保持穩定至2190萬。

全生態孵化母嬰達人，加速建設種草營銷IP矩陣

達人擇流量而棲，母嬰行業同樣如此。尼爾森IQ最新發佈《2022母嬰行業洞察報告》指出：新一代寶媽寶爸的文化水平與經濟實力顯著提升，母嬰群體自內容到消費需求全面升級，母嬰App能一站式滿足用戶知識學習、工具獲取、社交分享與消費種草等需求，受到用戶期待。在母嬰垂類App中，寶寶樹的用戶基礎，認知度、使用率、使用頻率以及推薦意願都變現突出，母嬰家庭流量入口級平台的地位穩定，讓寶寶樹成為母嬰達人孵化培養、日常運營的首重平台。

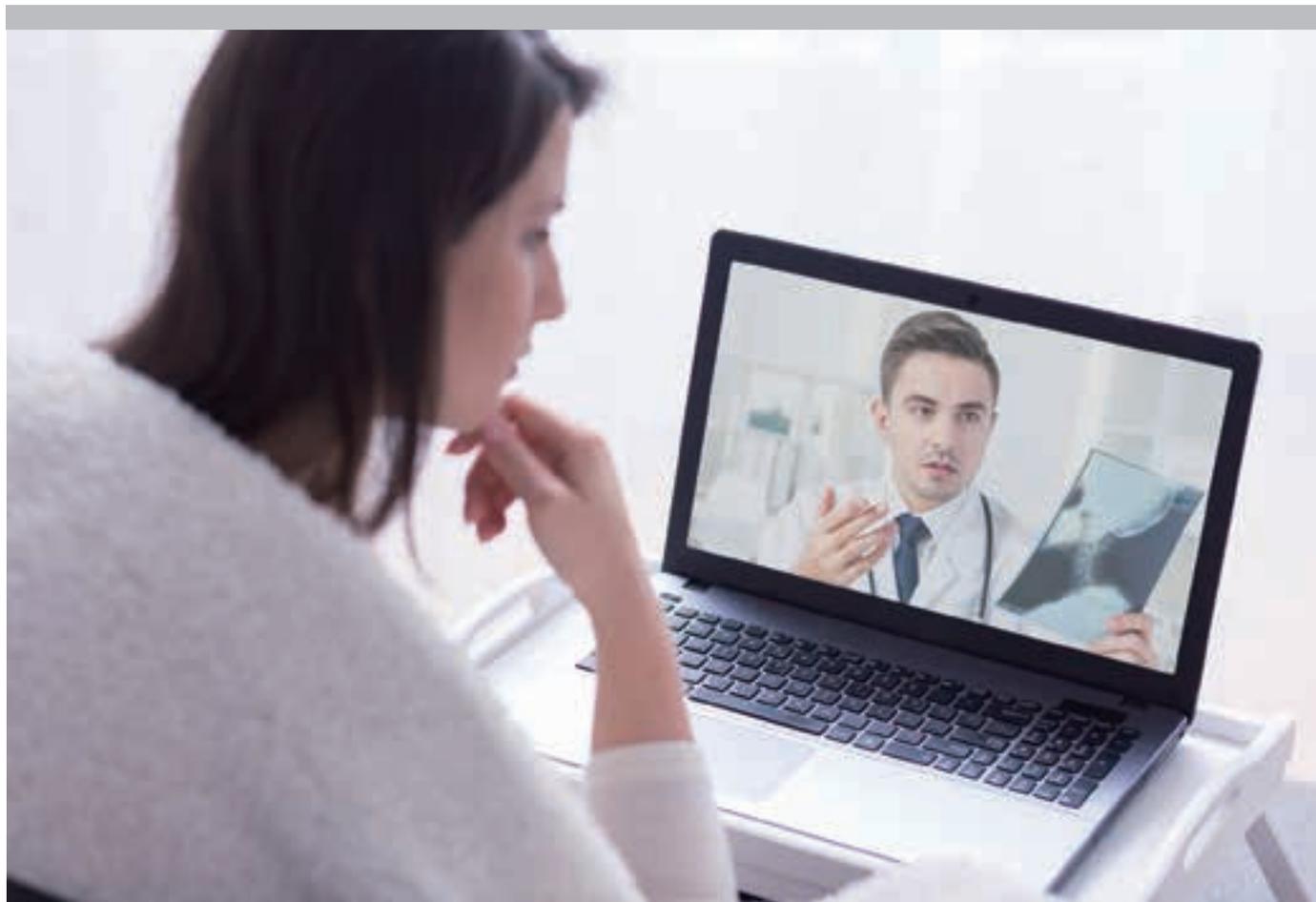
公開資料顯示，數年持續的探索，寶寶樹已打造出全面系統的達人孵化培養計劃，各層級的母嬰達人都能在該平台，找到契合自身的成長線路和變現邏輯。2022年8月25日，寶寶樹立足平台行業領先的流量、技術和生態優勢，全面升級創作者服務發佈創作中心2.0，將優化上線靈感中心、任務廣場、商單系統等產品功能，發佈全民創作者計劃、創作者IP計劃升級資源扶持，並通過創作學院、內容熱榜、直播帶貨等強化落地服務，助力創作者創作更好作品、獲得更多流量、賺取更多收益、尊享更好服務。同時，寶寶樹發佈星推計劃，助力「好內容匹配好品牌」，促進品牌與創作者共贏用戶口碑。

基於持續升級的創作中心，寶寶樹日常開展創作營系列活動，持續招募、挖掘站內素人用戶，提供完善的達人培訓體系、多元的變現模式，助其在「產出優質內容—收獲價值肯定」的良性循環中快速成長，母嬰創作組合二兩22便是在寶寶樹完成從普通用戶到頭部達人的快速成長；對於經驗豐富的專業人士，寶寶樹會為其制定全方位的個人IP打造計劃，以平台優勢的用戶流量和先進的數據工具，賦能其高效創作、漲粉和變現，健康管理師大剛便曾在寶寶樹的全力支持下完成全域IP矩陣的搭建並取得突出成績。

數據來源：尼爾森IQ《2022母嬰行業洞察報告》

在短視頻、直播推動用戶信息獲取多元化、碎片化的時代，寶寶樹洞察行業發展趨勢和用戶需求變化，在站內外打造短視頻、直播IP，構建全渠道的達人矩陣，完成互聯網全生態佈局。比如在站內，寶寶樹近日推出烈姐嘸不嘸、心靈嗶嗶機達人直播欄目IP，分別以直播辯論形式交流育兒技巧、以連線問答形式支招情感話題，在孕育女性群體中收獲好評。在站外的抖音平台，寶寶樹則簽約達人進行IP孵化，目前已合作萌娃類、育兒類、繪本類、早教類等多領域達人，大剛說育兒、二兩22、靚女甘鐵錘等母嬰KOL，憑借或科學權威的知識科普，或真實溫馨的育兒生活展現，或滿滿誠意的好物種草，積累起不俗的人氣熱度。

大股東再度增持與公司回購並舉 完美醫療釋放利好提振市場信心



Perfect Medical Health Management Limited (“Perfect Medical” or the “Company”, the “Group”; Stock code: 1830.HK), one of the largest medical groups in Hong Kong, together with its subsidiaries (collectively referred to as the “Group”), is pleased to announce that further increase in shareholding in the Company by the chairman, chief executive officer and executive director, and voluntary announcement share repurchase.

香港最大的醫療集團之一——完美醫療健康管理有限公司(「完美醫療」或「公司」)，股票代碼：1830.HK)連同其附屬公司(統稱「集團」)欣然宣佈，主席、行政總裁兼執行

董事歐陽江醫生再度增持公司股權，及公司購回股份授權已獲行使。

高度看好長遠發展前景CEO兼大股東再度增持股權

根據7月5日發佈的公告，完美醫療主席、行政總裁兼執行董事歐陽江醫生(「歐陽醫生」)再度增持公司股份，提高所持股票的數量及佔比。自2022年7月4日購買2,500,000股股份後，歐陽醫生於2022年7月5日透過場外交易再度購買5,000,000股股份，該兩日歐陽醫生增持股權之總代價合共為30,675,000港元。

緊接再度增持股權前，歐陽醫生擁有合共904,287,383股股份之權益，相當於公司已發行股本約72.92%。緊隨歐陽醫生再度增持股權後，歐陽醫生擁有合共909,287,383股股份之權益，相當於公司已發行股本約73.33%。作為公司控股股東，歐陽醫生通過再度增持將持股比例提升了0.41個百分點。

通常情況下，大股東增持公司股份，表明上市公司內部中長期看好股價表現，一定程度上可以為投資者提供中長線投資的參考依據。此次歐陽醫生再度增持公司股權，正是出於對公司的未來前景充滿信心，故而加大投資力度。歐陽醫生還表示，可能考慮日後於適當時候進一步增持其於公司的股權，並長期看好公司發展。

股份回購授權已獲行使增進投資者信心有力穩定市場

於7月4日發佈的公告顯示，公司已行使於2021年8月13日舉行的股東週年大會上所獲公司股東授予之購回公司股份之一般授權（「購回授權」）項下之權力。根據購回授權，公司獲準於香港聯合交易所有限公司購回最多122,287,339股股份，即於股東週年大會日期之公司已發行股本總額之10%。

公告發佈當天，公司購回股份共1,000,000股，約佔公司於股東週年大會日已發行股本總額的0.08%。股份購回總代價為3,978,000港元（不包括傭金及其他費用），由公司現有可用現金儲備撥付。

公司回購股份，會使流通中的股票數量減少，且意味著總股本減少，如此一來，每股收益水平就會增加，能夠直接起到穩定股價的作用。董事會表示，於現況下進行股份購回可展示公司對自身業務展望及前景充滿信心，且最終會為公司帶來裨益及為股東創造價值，公司現有財務資源亦足以支持股份購回同時維持穩健的財務狀況。

雖然2020年初爆發的疫情對社會經濟的各方面造成衝擊，但整體上為公司的業務開展創造了良機，以理性的租金擴展至過去幾年無法進駐的黃金地段。截至2022年03月31日止年度，公司積極於跨國擴充香港、中國、澳門、澳洲及新加坡服務網絡，當中總店舖服務面積增加39.0%至322,000平方呎。

在業務逆勢擴張的助推下，2022財年，公司業績穩步增長，取得了長足進步。收益創下歷史新高，增加23.9%至13.5億港元；除稅後純利增加29.8%至3.05億港元；每股基本盈利增加2.1%至24.8港仙。穩健的財務狀況及漸進式擴張策略，將引領公司實現健康可持續增長。

無論是控股股東再度增持，還是公司回購股份，都切實反映了大股東和管理層對公司內在價值的肯定，向市場傳遞出積極信號。此外，增持和回購也是市場內在穩定機制的重要組成部分，客觀上有助於穩定市場、增強投資者信心。未來，公司將繼續專注於核心醫療美容及擴展至醫療業務的策略，有效提升營運效率，提供優質及標準化的服務，鞏固在營運地區的業務佈局，做穿越週期的長期主義者。

港股大明國際：力拓碳鋼和引入 自動化信息化 迎來業績釋放期



Founded in 1988, Daming is a leading high-end manufacturing service enterprise in the field of metal processing in China. It has the whole process industrial chain including material processing, parts and finished products manufacturing, and professional technical services.

港股上市公司大明國際最近發佈了2021年年報，歸屬母公司淨利潤4.95億元，同比增長42.26%。該公司董事長周克明日前表示，三年來公司大力培育碳鋼業務和製造業務，並通過不斷的技術創新、引入自動化設備和信息化升級等，公司將迎來業績釋放期。

周克明表示，三年來公司大力培育碳鋼和製造業務，並通過不斷的技術創新、引入自動化設備和信息化升級等，公司將迎來業績釋放期。

力拓高附加值業務轉向零部件加工和製造配套

周克明表示，大明國際總部在江蘇無錫，全國有10個加工中心，包括無錫、杭州、天津、太原和武漢等，採用連鎖化運營模式，主要提供區域市場材料銷售加工和零部件加工配套。目前公司共計擁有6800員工。以前公司是鋼材貿易，只進行簡單加工，近五年來，公司積極向附加值更高的領域進軍，進軍鋼材產品深加工，力拓零部件加工和配套。目前公司合作伙伴不僅有上游大型鋼鐵廠，更有許多家電、汽車、電梯、工程機械、礦山機械、新能源、石油石化等行業龍頭，包括美的、海爾、方太、徐工、中聯重工、三一、美卓奧圖泰、上海電氣、東方電氣、安德里茨、福伊特等。公司客戶廣泛分佈在40多個行業，通過為其提供零部件配套，以提高業務穩定性，僅汽車方面，公司每年零部件業務增長35%以上。

對於大明國際如何加強研發拓展高端裝備業務時，周克明表示，目前公司研發骨幹技術人員有800多人，公司購置更先進設備流水線，加強產品研發，太鋼國家重點實驗室成型及應用技術研究中心落戶在公司，公司與河鋼集團成立新材料研發及應用中心，合作進行新材料研發。去年下半年公司在意大利米蘭成立高端裝備的機械設計研發中心，把歐洲先進的機械應用延伸到公司，目前當地工作人員有6人。公司近兩年還大量升級信息化和自動化，去年和今年信息化投入超過2000萬元人民幣，自動化設備更新投入1億人民幣。在高精技術裝備方面，公司每年投入更高達3億，從而可以實現從以往粗加工轉向通過技術創新和設備升級贏得更高附加值。在人才引進方面，大明國際也引入了大量國內優秀人才，並且還高薪聘請了日本和歐洲等地十多位外籍人員，在無錫、靖江和嘉興等地工作。這些外籍幹部主要負責機械類應用研發、工廠管理和國內外重大項目管理等。公司購買的裝備約90%為進口，現在投入效果慢慢見效。



借船出海參與「一帶一路」項目

周克明稱，大明國際還積極拓展國際業務，早在2003年便開始外貿出口，20年的培育長期客戶越來越多，借助中國製造業競爭優勢，得到海外客戶的認可，近幾年業務大幅增長。合作伙伴包括美卓奧圖泰、維美德、馬尼托瓦克、特雷克斯、法液空、西門子、福伊特等，公司出口也從以前的材料出口到零部件、製造配套、工程項目，這些項目與「一帶一路」密切相關。

談到參與國內外大型項目時，周克明表示，近十年大明國際在技術加工裝備端不斷投入，並得到了合作伙伴的認可，與上海電氣合作，承擔了迪拜光伏電站項目容器和結構件的加工製造，並與中國建材成都院合作，為埃及蘇伊士運河大橋提供迴轉裝置的加工製造。

大明國際與海外商社合作也越來越多，包括日本三井、住友、阪和等，公司籌劃2023年在日本設立辦事處，未來將在美國和新加坡設立辦事處。現在疫情影響了公司佈局，相信疫情之後業務拓展將會加快。港股上市公司大明國際最近發佈了2021年年報，歸屬母公司淨利潤4.95億元，同比增長42.26%。該公司董事長周克明日前表示，三年來公司大力培育碳鋼業務和製造業務，並通過不斷的技術創新、引入自動化設備和信息化升級等，公司將迎來業績釋放期。

周克明表示，三年來公司大力培育碳鋼和製造業務，並通過不斷的技術創新、引入自動化設備和信息化升級等，公司將迎來業績釋放期。

力拓高附加值業務轉向零部件加工和製造配套

周克明表示，大明國際總部在江蘇無錫，全國有10個加工中心，包括無錫、杭州、天津、太原和武漢等，採用連鎖化運營模式，主要提供區域市場材料銷售加工和零部件加工配套。目前公司共計擁有6800員工。以前公司是鋼材貿易，只進行簡單加工，近五年來，公司積極向附加值更高的領域進軍，進軍鋼材產品深加工，力拓零部件加工和配套。目前公司合作伙伴不僅有上游大型鋼鐵廠，更有許多家電、汽車、電梯、工程機械、礦山機械、新能源、石油石化等行業龍頭，包括美的、海爾、方太，徐工、中聯重工、三一、美卓奧圖泰、上海電氣、東方電氣、安德里茨、福伊特等。公司客戶廣泛分佈在40多個行業，通過為其提供零部件配套，以提高業務穩定性，僅汽車方面，公司每年零部件業務增長35%以上。

東方證券積極響應數字經濟政策，加速數字化轉型戰略。



Accelerating digital transformation has become a consensus in the development of the securities industry. All major financial institutions have joined the wave of financial science and technology to lead the reform and development of business with science and technology, which will provide great opportunities for improving the core competitiveness of the company.

在黨的二十大報告中有提出，要加快發展數字經濟，促進數字經濟和實體經濟深度融合，打造具有國際競爭力的數字產業集群。

數字經濟已成為中國經濟增長的新動能，全面推動行業機構數字化轉型既是助力證券行業高質量發展的內在引擎，也是更好服務實體經濟和滿足人民群眾需求的重要舉措。

數字經濟發展正好也是東方證券未來發展的“三大戰略”之一，一是數字化戰略，落實金融科技，引領行業高質量發展；二是集團化戰略，主要是增強公司對資本市場綜合服務的能力；三是國際化戰略，助力資本市場和證券行業的對外開放。

東方證券將資本市場的深化改革，與提高直接融資比例、推動科技行業發展，以及推動創新發展這三者是有機結合的，在數字化轉型過程的重點在於兩條優化路線，一是明確數字化轉型戰略方向與重點任務，從公司戰略規劃層面強化數字化轉型重要性，將金融科技發展戰略與公司戰略方向相結合，健全科技創新體制機制；二是優化資源配置，優化數字化轉型項目成效評價、科技投入產出衡量標準，以及資源配置結構，使資金向更能產生業務價值與增量的方向領域傾斜。



ABSK021數據優異 和譽醫藥研發硬實力



There is a broad market space behind the treatment gap of TGCT patients. The ABSK021 showed positive and good results, which can be expected to bring new treatment options for TGCT patients in China and even the world.

創新藥研發浪潮下，我國創新藥企的研發模式已經進入由Fast-follow向Smart-follow甚至First-in-class轉換的新局面。由此，多個具備差異化和Best-in-class的創新藥項目不斷涌現，並逐步登上世界舞台獲得全球醫藥企業的關注。

而和譽醫藥公佈的ABSK021是療效和安全性均優於全球唯一一款獲批的CSF-1R抑制劑，從公佈的臨床結果來看，通過將ABSK021與目前全球針對治療

TGCT唯一獲批上市的CSF-1R抑制劑——培西達替尼（Pexidartinib）及在研產品Vimseltinib進行對比發現，無論是從療效性還是安全性而言，ABSK021都展現出了顯著優勢，於療效性方面，ABSK021的初步客觀緩解率（ORR）為68.0%，具有顯著的抗腫瘤療效。

如今仍有大量的治療需求未被滿足，在這之中還存在難以想像的市場空間。根據公開數據顯示，目前全球TGCT的用藥市場在未來幾年里，將有望達到15億美元，可以預料，當和譽醫藥順利推動ABSK021的臨床進展，達到商業化銷售的標準時，和譽醫藥將具備優勢的療效和全球銷售權利，ABSK021在上市後將更容易獲得醫生和患者的信賴，為公司帶來全新的業績增長點。

環球新材國際(七色珠光)二期珠光新工廠搶“鮮”看

Recently, Phase 2 Production Plant of Global New Material International (Chesir Pearl) with an annual production capacity of 30,000 tons of pearlescent materials was completed and entered the debugging stage, and is expected to start commercial production in the near future, which will further increase the production capacity of the company after the commissioning.

日前，環球新材國際(七色珠光)二期年產3萬噸珠光材料生產線建成並進入調試階段，預計於近期開始商業生產，投產後公司的生產能力將進一步提高。

年產3萬噸珠光材料項目占地面積220畝，是當前全球規劃建設的規模最大最先進的珠光材料工廠。該專案全程採用新一代自動化、智慧化的珠光材料生產設備，主要生產中高端汽車耐候級、化妝品級、特殊功能級珠光效應材料。下面就跟小編一起搶「鮮」感受一下環球新材國際(七色珠光)二期珠光新工廠的獨特魅力吧！

規模大、現代化、標準化的生產廠房



全自動化工業窯爐



氣流分級機

實地探訪環球新材國際(七色珠光)新工廠可以發現，自動化生產貫穿整個珠光材料生產全過程，展現了公司對高效、品質、節能、環保、安全生產的進一步追求和精益求精、追求完美的不懈努力。

成為全球表面性能材料龍頭企業，源於高瞻遠矚的規劃和不懈努力地奮鬥。從一期到二期，從中低端珠光材料到高端珠光材料，環球新材國際(七色珠光)不僅以品牌驅動行銷、以創新支撐產品，打造以智慧化、綠色發展為核心的二期新工廠，深度應用自動化、智慧化技術，致力於成為全球珠光材料智慧製造的領軍者。

玖龍紙業：逆境之下迎難而上 二零二二財年收入創歷史新高



In face of the unprecedentedly challenging business environment, Nine Dragons Paper (Holdings)Limited flexibly responded to market changes in pursuit of maximized operation efficiency.Under the pandemic, the sales volume for the financial year remained relatively stable while the selling price of the products recorded a year-on-year increase.

二零二二年，全球疫情持續，俄烏衝突爆發，燃料和運輸成本居高不下，高通脹和加息風險升溫，國內疫情多點散發，消費及供應鏈運作受封城措施影響，令經濟遭受超預期衝擊。面對史無前例的嚴酷營商環境，玖龍紙業靈活應對市場轉變，尋求最大的營運效益。疫情之下，集團本財年銷量仍然保持相對穩定，產品售價同比也有所增長。

積極發揮競爭優勢向可持續增長的目標前進

「零外廢」政策已貫徹落實，應對市場優質廢紙供應不足的情況刻不容緩。為解決原料問題，並長遠地提升高利潤產品結構佔比，集團繼續推進湖北、遼寧、廣西及馬來西亞之漿紙一體化項目，增加木漿及再生漿產能。集團也積極增備木纖維作為替代原料，以有效地降低造紙成本。預計在項目逐一實現後，集團將額外增加312萬噸木漿、60萬噸再生漿及110萬噸木纖維產能，完善集團的纖維原料結構，增添上游實力。

目前，玖龍紙業的造紙產能為1,817萬噸，具有規模效益。集團審慎計劃，不會盲目擴張，每噸產能投資必須是利盈利結構升級。集團在湖北、北海及瀋陽及馬來西亞正擴建增加高端牛卡、食品級白麵牛卡、紙袋紙等合共685萬噸新產能，不斷朝提高高利潤產品佔比，長遠實現可持續增長的目標前進。

在兼顧上游及中游業務發展之同時，集團的下游包裝業務也開始步入正軌，從產品研發到物流配送等每項細節上力臻完善，取得終端客戶信任。下一步，集團會多增4.4億平方米產能，目標佔取更大市場份額。

堅持穩中求進迎難而上把握市場先機

儘管短期內不確定因素猶在，複雜形勢也較難立即逆轉，但隨著全國疫情控制漸趨穩定，各地有序推復商復市，疊加傳統旺季將至，後市需求有望逐步向好。長遠而言，中國內需持續釋放，良好基本面從未改變，加上「限塑令」政策為包裝紙需求增添韌性；環保、原料及市場等因素也勢必加快市場出清，大企業可謂盡佔先機。

來年集團目標穩中求進，將抓好原料—靈活調整採購策略，確保廢紙質與量的穩定，全力推進替代原料產能項目；將密切關注市場動態，開發新產品，靈活地平衡好產銷關係，有助於產品售價與庫存中間取得最佳平衡；將控成本、增效益，把控好營運資金及現金流，平衡融資成本及匯兌風險；同時，作為業界模範，集團將時刻做好環保措施，加強低碳治理舉措。

全裝配新業務發展迅速具備爆發潛力 遠大住工中長期投資價值高



After the USA interest rate hike wave has been suspended, the downward trend of Hang Seng Index has slowed down, coupled with the rumor that the epidemic prevention measures in the Mainland are expected to be relaxed. However, considering that the Fed's interest rate hike will continue into next year and the pressure of RMB depreciation still exists, it is difficult to say that the market will stabilize in the short term, so operation still needs to be cautious. Currently only suitable for medium to long term deployment, Broad Homes Industrial (02163.HK) can be watched now.

美國加息潮暫歇之後，恒指下跌之勢放緩，疊加內地防疫措施有望放寬傳聞，恒指在10月31日跌破1萬五後，迎來持續反彈，截至11月07日收盤，恒指報收16595.91點。但考慮到美聯儲加息還將延續到明年，人民幣貶值壓力猶存，短線市場難言企穩，操作仍需謹慎，目前僅適合中長線部署，遠大住工(02163.HK)現時可以留意。

房地產行業持續下行，使得上游裝配式建築市場競爭加劇。遠大住工一方面將業務從房地產市場延伸至產業園區、公寓、宿舍，以及鄉村建房需求，通過開拓新市場拓寬收入來源，逐步擺脫對傳統房地產業務的依賴。另一方面發力全裝配業務，把建築產品化、標準化。

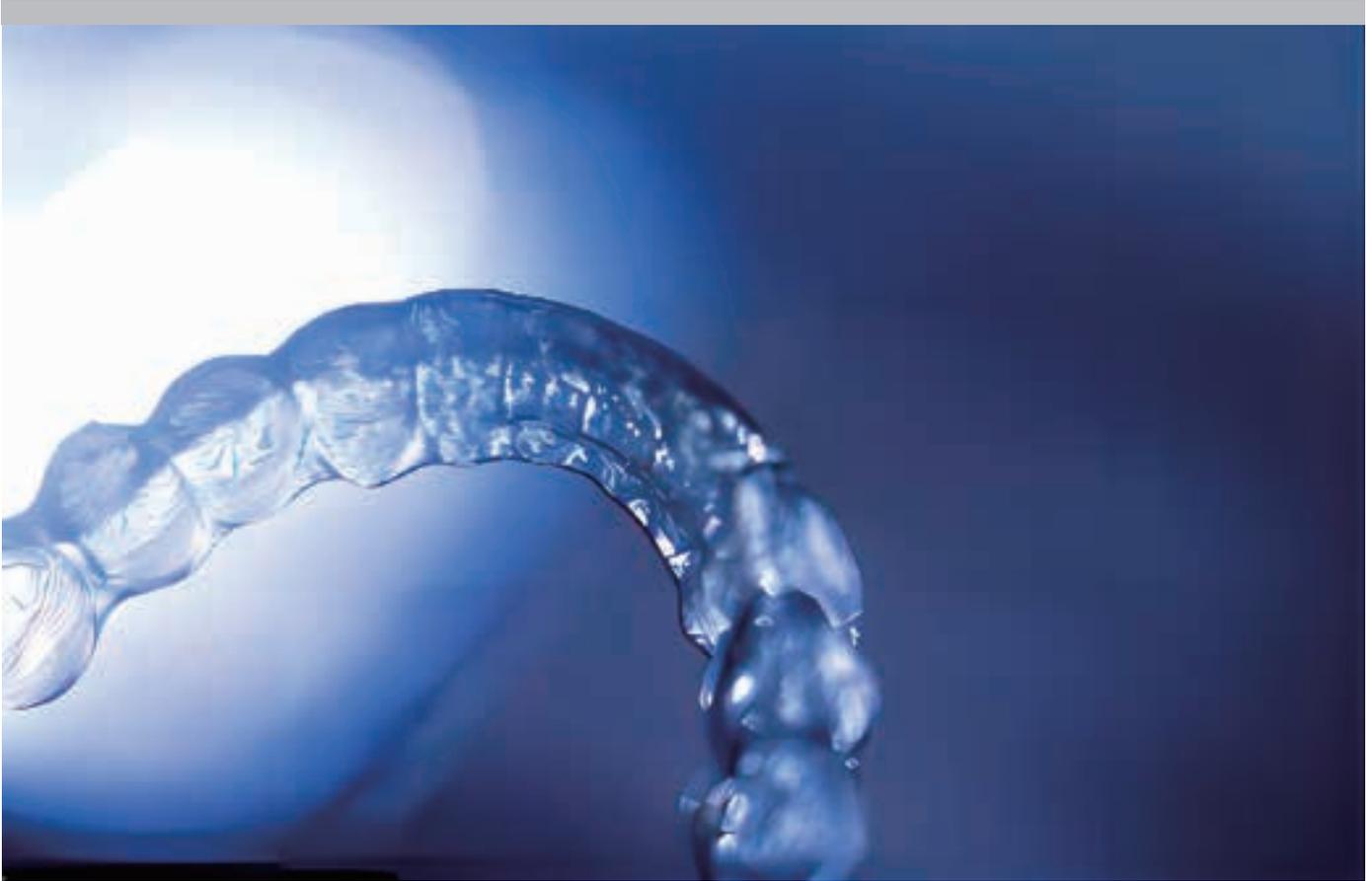
由於全裝配業務工業化程度更高、用人更少、速度更快，遠大住工在顯著提升盈利能力的同時，經營效率也實現數倍的提升，助力公司實現高質量規模增長。2022年上半年，遠大住工的全裝配新業務實現合同金額人民幣1.5億元，模組化整合式產品製造業務新签合同金額為人民幣1.32億元，營收貢獻逐步提升。

此外，遠大住工通過數字化賦能以及技術升級，增強產品適應性，促進資源高效可持續利用。目前，公司建築產品具備可移動性、多用途切換等多種屬性，以旗下公寓產品為例，既可在疫情期間用做隔離酒店、醫療緊急場所，又可在日常作為宿舍、公寓、酒店使用，擴展了市場對其產品的需求，促進公司競爭力提升。

國家住建部今年提出將大力增加保障性租賃住房的供給，鄉村振興政策也在持續推進。政策加碼之下，裝配式建築行業景氣度有望不斷提升。而遠大住工的全裝配模式具備工期優勢和成本優勢，隨著在新市場的穩步拓展，模組化住宅產品將為其打開新的增長空間。

走勢上，自5月初以來形成下降軌，目前失守各主要平均線，AR、BR、PSY、RSI(6)、RSI(12)、RSI(24)、BIAS等多個指標顯示超賣，股價已來到歷史底部區間，反映現價進場風險不大。可考慮按當前市價分批次低吸，反彈阻力7.5元左右。

從中國到全球， 看懂時代天使的長期主義



China has become the fastest growing region in the global orthodontic market. According to the report of the authoritative organization, the compound annual growth rate of China's orthodontic market has reached 17.3% in the past few years, and the compound annual growth rate of China's invisible orthodontic market has reached 45.1%. When each patient shares their own orthodontic experience, one of the key words that

must be mentioned is doctor. Orthodontic treatment is a complex and delicate technical activity. The technology and experience of doctors directly determine whether patients can receive accurate treatment. Find a reliable doctor, fully communicate with him, and strictly follow the doctor's advice in the treatment process, so that patients can get their expected healthy teeth and bright smile.

通過數字化技術與產品的提升，助力醫生提高診斷治療的效率，從而幫助更多患者獲得優質的醫療服務，這是時代天使成立近20年來不變的初心。為了讓全行業共享正畸領域的前沿技術、臨床經驗和創新成果，時代天使A-TECH大會應運而生。

在本屆大會上，時代天使發佈了全新的A7 Speed 拔除前磨牙隱形矯治解決方案高速版(以下簡稱「A7 Speed 拔牙解決方案高速版」)與iOrtho 10.0軟件系統，集產學研之力攻克學科難題，為醫生提供全方位數字化服務。灼識諮詢報告顯示，2021年中國隱形矯治市場規模約45萬例，相較2020年行業增速約30%。但在高增速的同時，每一名醫生都處於高速運轉的高負荷狀態。

揭開生物力學的「黑盒」，是時代天使技術系統上的一大突破。在過去，牙齒移動的受力分析主要來自醫生的專業經驗與判斷，為了幫助醫生精準分析和計算牙齒受力關係，時代天使開發出的masterForce平台，以期精確模擬並展示矯治力學表達及施力效果，計算出牙齒移動到相應位置的最佳途徑，讓隱形正畸矯治力的表達變得可量化、可視化。

牙齒根骨狀態也是醫生在臨床工作中最為關切的議題之一。為了幫助醫生更準確瞭解牙齒根骨情況，時代天使推出的智能根骨系統Intelligent Root System能夠幫助牙科醫生360度觀察根骨的真實狀態，獲取有關牙冠及牙根移動的數據，並以此評估病例，制定及修改治療方案，以期獲得最佳的臨床效果。

這些已被口腔行業深度應用的創新技術平台，均搭載在時代天使自主研發的數字化正畸智能服務平台iOrtho上，本屆A-TECH大會上全新發佈的iOrtho 10.0，進一步實現了五大核心功能的升級。

重研發、重科技的發展路徑，這是時代天使得以持續突破數字化產品技術與解決方案「無人區」的重要原因。財報顯示，時代天使2021年研發開支達人民幣1.23億元，同比增長31.7%，佔比收益的9.7%；截至2021年年底，時代天使已累計擁有專利117項及16項軟件著作權。

在科技創新上的持續突破，造就了時代天使在複雜病例上的獨特優勢與豐富經驗，從而構建了強有力的「護城河」。灼識諮詢報告顯示，根據中國大陸隱形矯治市場2021年的達成案例數計，時代天使市場份額達到第一，為41.1%；同時，作為最早在中國大陸市場推出兒童隱形矯治產品的品牌，時代天使的兒童版(angelalign KiD)目前在中國大陸的兒童隱形矯治市場中，也處於第一的市場地位。

新高教集團高質量發展蹄疾步穩， 高質量精準投入不斷產出新成果



以學生為中心，高質量精準投入

集團堅持「以學生為中心」，持續踐行高質量發展戰略，高度重視生師體驗，針對生師關注度高的教學、就業、在校生活方面持續加大投入，為集團更高質量、更可持續發展進一步奠定基礎。

A leading higher vocational education group – China New Higher Education Group Limited (“New Higher Education Group”, together with its subsidiaries, collectively referred to as the “Group”, stock code: 2001.HK) is pleased to announce the annual results for the year ended 31 August 2022.

領先的高等職業教育集團－中國新高教集團有限公司（「新高教集團」，連同其附屬公司統稱「集團」，股份代號：2001.HK）欣然公佈截至2022年8月31日止年度業績。

新高教集團專注高等職業教育23年，始終秉持「以學生為中心」的教育理念和「以父母之心育人，幫助學生成就夢想」的辦學宗旨，堅定不移走高質量發展之路，針對生師最為關注的教學、就業及在校生活方面精準投入，人才培養能力全面提升，辦學實力顯著增強，生師滿意度大幅提高，並在此基礎上實現業績穩步增長，各項預定目標均高質量完成。

- 加大教學方面精準投入。師資成本投入同比增加40.5%，高學歷高職稱教師同比增長31%，引進及培養雙師型教師550余人，組織內外部培訓逾500場，高質量師資建設成果顯著。加大雲教學平台投入，實現教學全過程實時監控，全面升級教學日誌功能，提升教學質量。優勢專業建設投入同比增長69.1%，與哈佛大學教育學院斯諾實驗室共建7門國際水平學前教育課程，實現線上線下教育資源共享；與西交利物浦大學共建會計和計算機科學與技術優勢專業，從育人目標、員工賦能等方面支撐高質量發展戰略。專門設置教學質量保障機構，開展專業質量評價、課程質量評價、課堂教與學質量評價、就業質量評價，評估教學質量。

- 加大就業方面精準投入，就業相關投入同比增加48%。今年面臨新冠疫情疊加就業形勢嚴峻的雙重影響，集團聯合團中央、智聯招聘、實習僧等平台，為畢業生提供31萬餘個崗位；邀請專家面向集團旗下所有院校畢業生提供就業指導51次，畢業生平均參與就業指導活動次數約3.2次／人，持續提高學生就業競爭力和就業質量。
- 加大在校生活方面精準投入。本學年追加人民幣近2.35億元，持續更新升級實驗實訓室、智慧教室、學生自習空間等，繼續改造學生公寓住宿、餐廳、球場等育人環境，打造美麗校園，全面提升視覺體驗，同時提高校園網速，實現校園信號無死角覆蓋，持續改善學生生活環境。

院校品牌效應日益凸顯：院校品牌效應持續發力，貴州學校就業工作獲懷進鵬部長讚賞，畢業生被評為教育部大學生就業創業典型；華中學校包攬第八屆全國高校BIM畢業設計創新大賽多項大獎項，參賽隊伍獲獎率100%；洛陽學校入選教育部中德先進職業教育合作項目首批試點院校名單，為全國唯一入選民辦院校；東北學校被世界500強企業評為「2021年度優秀合作單位」。

集團高質量發展方向與黨和國家的教育方針高度契合

習近平總書記在中國共產黨第二十次全國代表大會上的報告中明確指出：「加快建設高質量教育體系」，集團提出並正在踐行的高質量轉型發展戰略與黨和國家的教育方針高度契合。黨的二十大報告指出「堅持教育優先發展」「加快建設教育強國」「加快建設高質量教育體系」「辦好人民滿意的教育」「實施就業優先戰略」等關鍵詞，新高教集團始終秉承高質量發展戰略，堅持內涵建設，以「幫助每一位學生高質量就業」為長期戰略目標，加強就業隊伍建設，為高等職業教育的高質量發展貢獻力量。

強化績優公用事業股屬性，堅定不移地堅持「三個持續」

集團具備港股績優公用事業股屬性，包括：業績增長穩定、投資回報穩健、現金流充裕、安全邊際較高(Forward PE:5.26倍，數據來源：彭博)、分紅穩定(自上市以來維持每年現金派息，近三次派息比率均達50%)。

展望未來，集團將做好三個「持續」：持續堅定地走高質量發展道路，聚焦內生增長，為旗下所有院校學生創造和提供高質量教學、高質量就業、高質量體驗的高質量職業教育機會；持續強化集團港股績優公用事業股屬性，未來將堅定不移地做政府支持的、長期可持續的、高質量發展的高等職業教育集團，用可預見的、長期穩定的業績增長實現與投資者的長遠共贏；持續貫徹「以學生為中心」的理念，堅持立德樹人根本任務，為社會輸送具有創新精神和實踐能力、值得信任、有社會責任感的高素質技術技能人才，為社會創造更大價值，辦好人民滿意的教育。

中海油服料今年資本支出預算與去年相若 四大業務板塊工作量穩中有升



COSL adheres to the comprehensive sustainable development concept of people-oriented, social harmonious and eco-friendly. With the highest industry standards, we always pursuit excellent QHSE performance and put the green and low carbon into each links of operations ,to pursuit the harmonious development of enterprises with people, society and the nature.

隨著全球油氣行業上游勘探開發投資回升，中國最大離岸鑽井服務商－中海油田服務2883.HK601808.SS週一稱，預計今年四大板塊工作量穩中有升，全年資本性開支預算與去年相若。

中海油服發佈2022年戰略指引指出，全球原油需求預計仍將持續增長，上游勘探開發資本支出總量增加，油田服務市場復甦態勢進一步確立。國內方面，保障國家能源安全和增儲上產「七年行動計劃」的實施將在一定時期內確保油服行業景氣。

「根據目前公司國內外訂單情況，預計物探採集和工程勘察服務、鑽井服務、油田技術服務和船舶服務四個板塊工作量穩中有升。」公司並稱，今年預計資本性開支為41.6億元人民幣左右，主要用於生產基地建設、裝備及技術設備更新改造和技術研發投入等。

該公司去年初給出2021年資本性開支預算為43億元左右，而中期財務報告顯示去年上半年的資本支出為11.3億元。

中海油服的主要客戶、同系的中海油0883.HK此前定下今年資本開支預算為900-1,000億元，與去年實際支出相若，而且明確資本開支5-10%用於新能源業務發展。

中海油服提到，今年將優化裝備性能和結構，擴充多元裝備規模，拓展海上風電和EPS一體化業務等，積極適應綠色低碳轉型，海外業務立足差異化區域市場策略，提升經營效益與抗風險能力。

該公司今天股價波動較大，A股和H股早盤一度下跌6%，午後開始收復失地，終場分別收漲2.99%及1.63%。投行摩根士丹利稍早稱，受海外離岸鑽井活動的實質性復甦帶動，相信中海油服將在今年首季起經歷強勁的基本面復甦。



IR Global

IR Global Roadshow

環球路演

(皓天財經集團成員)

最專業的 國際金融 路演服務

環球路演有限公司 (IR Global Roadshow Ltd.)

成立於2004年，為皓天財經集團 (01260.HK) 旗下擁有之全資子公司。

環球路演專門為IPO客戶提供國際路演管理及投資者關係服務，是香港上市路演業專業人員最多、執行項目經驗最強的專業路演公司。复合型團隊成員分別來自大陸、香港和海外。明確分工負責客戶陪同、後台支持、海外會議製作及各城市本地支持。以各自專業中的最強項執行項目。百餘位常駐香港人員及海外當地支持人員，覆蓋東南亞、日本、中東、歐洲大陸、英國及南北美。我們掌握環球路演行業最新、最全面的行業資訊和操作經驗，並不斷追求更好、更到位的服務水平。

香港皇后大道中99號中環中心9樓全層

電話 852 3970 2289 電郵 enquiry@wsfg.hk 網址 www.wsfg.hk

增資及資產注入計劃獲股東全票通過 北燃藍天業務能力再上新台階

Beijing Gas Blue Sky Holding Limited(6828.HK) successfully held a special general meeting of shareholders in Hong Kong, unanimously passed the company's announcement on October 31 mentioned in the capital increase and asset injection plan related to the proposal, finally made smooth progress with the support of shareholders and the company's business capacity to a new level!

北京燃氣藍天控股有限公司(簡稱「北京燃氣藍天」, 股份代碼: 06828.HK)於11月15日在香港成功舉行股東特別大會, 全票通過了公司於10月31日發佈的公告中所提及的增資及資產注入計劃相關議案, 最終在股東的鼎力支持下取得順利進展!

增資及資產注入的順利達成, 將有效緩解北京燃氣藍天財務狀況, 為其帶來充裕的現金流, 同時有利於公司維持穩健經營, 迅速做大做強主業, 進一步提升核心競爭力, 為投資者帶來良好回報。

其次, 根據公告, 北京燃氣藍天將以0.08港元(與認購協議的認購價相同)的價格向北京燃氣集團發行35億股新股的對價, 取得後者旗下一間子公司的控股權。這宣示著北京燃氣藍天的業務版圖將進一步擴大

該子公司是廣西藤縣一家城市燃氣運營商, 擁有著當地30年期(自2016年起計)的天然氣特許經營權。此次收購意味著北京燃氣藍天的業務觸角已經從北方逐漸進入南方, 料想未來以此為支點逐步打開廣西、廣東、福建等沿海一帶市場將是公司下一步的戰略重點。

本次收購, 北京燃氣藍天將充分利用其資源及業務優勢, 延伸、補充公司天然氣產業鏈條, 拓展公司在天然氣業務方面的全面佈局, 提高在天然氣業務的市場地位和競爭能力, 有效增強自身造血能力, 為公司提供穩定收益, 公司業務能力再上新台階。



碧桂園服務以「多元化」策略來完善業務體系

Country Garden Services Holdings Company Limited (06098.HK) is a leading integrated services operator in China covering a wide range of industries, including residential, commercial properties, offices, industrial parks, mixed-use buildings, government buildings, hospitals, schools and other public facilities such as airport terminals, expressway service stations and cultural and tourism attractions.

碧桂園服務(06098.HK)在國內從事住宅物業管理服務商，總部位於廣東省順德。集團物業管理組合龐大，遍布全國28個省、市及自治區的240多個城市。重點服務於住宅社區的物業管理服務、包含家居生活和房地產經紀的社區增值服務、以及向物業開發商提供售前業務等的非業主增值服務。截至今年6月30日止的中期業績，集團錄得收入達200.6億元人民幣，比去年同期大升73.5%；而集團股東應佔綜合收益總額則同比升32.6%至26.9億元人民幣，表現理想。

集團推動SaaS生態合作賦能行業共同發展，將社區增值服務能力和SaaS生態模式輸出給合作物企，為業主提供更好的產品服務，賦能行業共同發展。另一方面亦深化城市服務專業能力，助推新型城市的發展與建設，以提供更多的增長動力。

集團的競爭優勢之一，是為藉著碧桂園集團(02007.HK)的大型項目組合及土地儲備，可望為碧桂園服務帶來更多增長機會。碧桂園有遍佈各線城市不同地段的項目組合，配合碧桂園服務主力關注國內大型物業的策略，能創造領先同行的盈利能力。集團今後將更積極發展更多第三方發展商項目的物業管理，以「多元化」策略來完善集團業務體系，包括豐富服務內容，推動物業服務向高品質和多樣化升級，連接超3,000個優質品牌商，全面推進「一刻鐘便民生活圈」建設等。相信能在提升自身價值的同時，亦能再下一城為投資者帶來回報。可考慮於12.5港元買入，上望15港元，跌穿10港元止蝕。



政策定調利好行業發展中國春來後市延續強勢可期

China Chunlai Group Limited is a leading provider of private general higher education in China. The total number of students enrolled in the Group's institutions has ranked the top five in the industry and the first in Central China in terms of student enrollment. To capitalize on the growth opportunities, the Group has acquired or is in the process of acquiring more land and other resources for further expansion of the Group's institutions in Henan Province.

中國春來(01969.HK)是中國民辦高等教育的領先提供商之一。自2004年成立起，中國春來為國內民辦教育服務集團，經營範圍包括華中、華南及華東，集團已在河南省經營四所院校，即商丘學院、商丘學院應用科技學院、安陽學院及安陽學院原陽校區，並在湖北省經營兩所院校，即湖北健康職業學院及荊州學院，提供本科、專科升本科及專科、職業教育課程。其中集團河南之三所院校均已收購或正在收購更多土地及其他資源供進一步擴大招生。高教進入門檻較高，辦學資質稀缺，收購為板塊持續發展共識。

未來，中國春來的成長性有諸多有利因素。

政策鼓勵是關鍵要素之一。中國春來經營的民辦高校，正在成為教育行業發展的一個重要利好方向。《民促法實施條例》落地後，明確對民辦高校持鼓勵態度。

第二十九條規定，實施高等教育和中等職業技術學歷教育的民辦學校，可按照辦學宗旨和培養目標自主設置專業、開設課程、選用教材。第三十二條規定，實施高等學歷教育的民辦學校符合學位授予條件的依照有關法律、行政法規的規定經審批同意後，可獲得相應的學位授予資格。

去年10月，中共中央辦公廳、國務院辦公廳印發《關於推動現代職業教育高質量發展的意見》，再次明確鼓勵應用型本科學校開展職業本科教育，按照專業大致對口原則，指導應用型本科學校、職業本科學校吸引更多中高職畢業生報考。並制定了職教發展目標，「到2025年，職業本科教育招生規模不低於高等職業教育招生規模的10%」。

今年4月20日，新修訂的職業教育法表決通過，並於5月1日起施行。新職業教育法明確，職業教育與普通教育具有同等重要地位，並再次表示，國家鼓勵、指導、支持企業和其他社會力量舉辦職業教育學校，鼓勵金融機構通過金融服務支援發展職業教育。

民辦高教，是我國應用型教育的主要承接者，也是職業本科教育的重要舉辦力量。受益於職業教育行業的發展，民辦高教或將直接感受到行業的紅利。此前，就有券商分析稱，高教和職教的風險已完全消除，未來將輕裝上陣，行業估值有望修復。同時高教類公司本身在近3-5年也處於內生增長+外延並購的黃金髮展窗口期。作為民辦高教中的優質標的，中國春來更加有望消化政策利好，獲得更多發展機遇。

總的來看，中國春來的基本面業務穩固，內部增長的確定性較高。外部方面，職業教育政策利好連連，給行業注入一劑強心針，民辦高教或將直接受益，迎來廣闊的發展空間。內生增長強勁，外部空間廣闊，中國春來的發展或將繼續聚勢而強。



與Founders Factory強強聯合 筆克遠東可波段操作

10月27日(週四)開盤，恒指高開2.63%，初段曾升515點一度高見15,833點，其後升幅收窄，全日微升110點或0.72%，收15,427點。低迷及不穩市況下，操作上宜避險為主，尋找一些相對抗跌的標的，建議關注近期走勢明顯優於大盤的筆克遠東(00752.HK)。

10月6日，筆克遠東傳出利好消息，宣佈與初創加速器及創投工作室Founders Factory聯手推出全新亞洲創投培育舉措。未來三年，該舉措將培育Web3、營銷科技及項目激活等領域的科技類初創企業。據悉，培育初創企業的模式有初創加速器協助處於種子輪前及種子輪的初創企業擴大規模，創投工作室物色並協助剛起步的初創企業發展業務兩種。

此次同Founders Factory的強強聯合發展嶄新科技，將給予創業者籌募資金的机会，同時提供量身打造的營運支援及完善的行業網絡，可進一步提升筆克遠東激活受眾體驗的實力，打造蓬勃的品牌激活生態，以實現合作雙方的互利共贏。

筆克遠東作為全方位品牌激活專家，匯聚擅長體驗、傳訊和科技的專才，打造非凡體驗及強效激活項目，以迎合世界各地不同受眾所需。業績方面，2022財年中報披露，於2021年11月1日-2022年4月30日，該公司實現營業收入23.45億港元，同比增長25.00%；歸屬母公司淨利潤6890萬港元，同比增長19.8%。

股價表現方面，今年5月以來，該股整體區間震盪，尤其是下半年在大盤持續殺跌的情況下，未跟隨大市走低，展現出較強防禦性。隨著二十大的召開，文化傳媒領域再次進入風口浪尖，料在行業大勢及利好消息推動下，會有較好的表現，

可以利用震盪行情做短線波段操作，高拋低吸，前站支撐位1.01港元，壓力位1.10港元。



2023財年中期業績創歷史同期新高 元力控股具反彈動力

經過外界與美聯儲多番努力，通脹預期的控制漸見成效，關於通脹預期的期望管理亦然，短期而言，這也將繼續影響全球資本市場走向。雖貨幣政策收緊力度有望減輕，但大方向上仍是收緊，使得資產價格上升空間受限，恆指在10月下旬的盤整即使如此。大市回軟之下，好在MACD尚是牛差，阻力參考18000水平。

根據中報數據，2023財年上半年，元力控股實現收入約人民幣1.79億元，同比增長9.7%。收入上行原因在於多項能源企業大型信息化建設項目的實施帶來銷售軟件及解決方案業務及與電網企業合作加深帶來技術服務業務增長。毛利約人民幣3408.1萬元，同比增長6.7%；股東應佔溢利約人民幣970.3萬元，同比增長23.4%；每股盈利人民幣1.96元，同比提升23.3個百分點。

從業務部分來看，因國家電網、內蒙古電力集團及南方電網在內的多項能源企業大型信息化建設項目於報告期內實施，來自銷售軟件及解決方案的收入從人民幣2724.7萬元增加至4065.5萬元，同比增幅達49.2%。與此同時，在南方電網和國電南瑞科技股份有限公司等客戶提供技術服務的類型與服務範圍進一步擴大提振下，來自提供技術服務的收入從人民幣9142.2萬元增至1.23億元，提高34.8%。

作為能源信息科技行業領先的科技企業，元力控股向好的2023財年中期業績，期內，元力控股參與內蒙古電力集團電力交易市場建設項目，來自內蒙古電力集團的收入較上年同期增長約38%。通過與國家電網深入合作，營銷2.0及「網上國網」相關的技術服務銷售業務量較上年同期均有大幅增長，並開拓了國網新疆和青海市場。

目前元力控股股價已來到底部區間，在0.164港元處防禦力度較為牢實，料經過一段時間的築底盤整後，反彈會是大概率事件。按11月28日(週一)收盤價0.18港元計算，TTM PE僅3.21倍，性價比優勢不言而喻。

超媒體控股：深度佈局元宇宙業務 成效顯著，上半年利潤大漲37%

近年來，伴隨著新冠肺炎疫情的常態化發展、經濟逐步復蘇以及複雜的國際環境等諸多挑戰，宏觀經濟不確定性因素增加，境內外經濟發展面臨多重挑戰，經濟增長趨勢明顯放緩。在此種境況下，不少行業尋求轉型，產業主動革新。傳媒巨頭超媒體控股亦主動革新，經30年沉澱終破繭成蝶，成為中國第一個率先進入元宇宙時代的雜誌媒體集團。

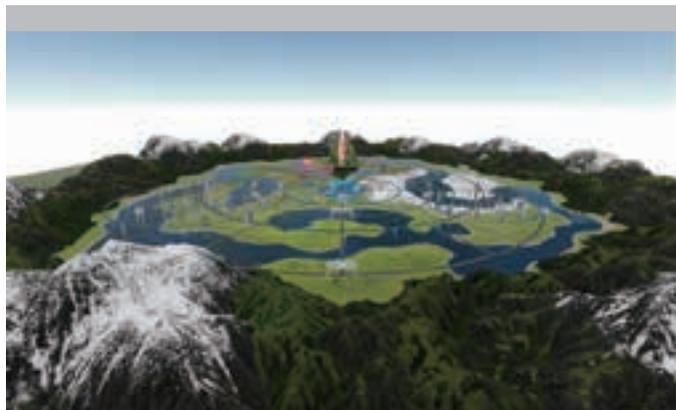
角逐時尚前沿，營造行銷新場景

繼今年2月更名後，Meta Media超媒體控股持續聚焦時尚前沿，先後於旗下第四所人文化生態社區「元宇宙ZiWU誌屋」成功發佈全球首個元宇宙展覽「on the road」並舉辦「Shallow-陳丹青版畫首次在元宇宙志屋拍賣專場」，兩場活動大獲佳績，拍賣作品全數成交。超媒體在元宇宙ZiWU的屢次實踐，突破了傳統拍賣的時空局限，推動藝術與數字技術在行銷場景中的融合，為拍賣行業提供了新的「破圈之道」。與此同時，元宇宙志屋Meta ZiWU再次攜手Dior進行了2023春夏成衣秀直播，當場直播觀看人數破15萬。超媒體通過打造連接線上與線下的融合性媒體平台的新商業模式，將成為集團新的經濟增長點和未來奢侈品牌行銷的新場景。

跨領域尋合作，穩健擴張商業版圖

超媒體控股聚焦時尚前沿，發掘前沿契機，亦在不斷優化各項業務，跨領域尋求元宇宙業務合作機遇，積極擴張集團商業版圖。今年4月，超媒體控股與BV百度風投共同出資成立元邦科技有限公司，合作打造國內首個兼具前沿技術與高價值內容的虛擬實境平台，構建集國際化、時尚化、高品位和社會心的元宇宙夢想之城--元邦。與此同時，超媒體控股亦積極佈局虛擬國際平台，擴張商業版圖。

其於全球元宇宙虛擬數字平台Decentraland購置了11個地區用於打造Meta Art Base元宇宙技術基地，穩步擴大公司在元宇宙產業的市場規模，亦將為公司帶來可觀收入增量及促進利潤率優化。



全新的元宇宙城市「元邦」



「元邦」城市核心區景觀

提升運營效能，穩步推進業績提升

8月29日，超媒體控股公佈中期業績公告，集團業績在國內疫情大爆發期間仍保持增長，EBITDA較上年同期增長37%，由上年同期的1343.3萬元人民幣升至1845.3萬元人民幣。報告期內，超媒體控股在業務開展方面持續取得佳績，未來，超媒體控股將繼續發揮傳媒優勢，提升元宇宙業務板塊的運營效能，立足多元化且多維度的數碼矩陣，進一步產生可觀收益，並取得顯著業績增長。

金蝶國際舉辦 2022年全球創見者大會

近年來，疫情反復無常，國際局勢風雲變幻，身處百年之大變局，面對瞬息萬變的市場變化、不確定的經營風險以及多樣化的客戶體驗，可組裝應用技術成為當下眾多企業積極探索的一種戰略性技術選擇。



2022年11月11日，金蝶軟件(中國)有限公司(股票代號：00268.HK)2022全球創見者大會蒼穹平台平行論壇在雲南昆明洲際酒店盛大舉行。本次論壇以「可組裝」為主題，「線上+線下」同時舉行，數百名到場專家學者、企業管理者和數萬線上嘉賓觀眾「齊聚一堂」，共同探索交流「可組裝技術」前沿趨勢及實踐應用，助力企業數字化轉型和高質量發展，推動數字中國建設。

大會伊始，金蝶中國總裁章勇代表致開場辭，「金蝶雲·蒼穹會積極擁抱數字化浪潮帶來的新機遇，持續打磨自身，成為更可靠、更敏捷、更智能的新一代創新平台，為企業在變局中開新局。在蒼穹之上，我們與中國企業一同共生、共享、共贏，為加快建設數字中國而共同奮鬥。」

金蝶中國副總裁李帆講到，「可組裝已經成為企業級應用軟件的交付趨勢。打造更可靠、更敏捷、更智能、更開放的能力平台是實現數治企業、韌性成長的重要戰略舉措。金蝶雲·蒼穹為企業成長而生，可組裝企業級PaaS平台加速業務創新升級，助力企業高質量可持續發展。」

演講期間，李帆通過產品演示環節向大家展示了開發服務體驗優化、事件驅動架構實現業務流程組裝、集成雲實現異構系統組裝、輕分析多終端呈現與預警及利用AI實現高效準確的合同差異對比等產品新特性。

2018年，金蝶基於近30年服務企業信息化、數字化過程中的實踐沉澱，推出了國內首款可組裝企業級PaaS平台—金蝶雲·蒼穹，2019年，金蝶與Gartner共同提出「可組裝企業EBC理論」。金蝶雲·蒼穹助力眾多大型企業構築起了敏捷可靠、靈活高效、智能驅動的可組裝數字化底座，贏得了招商局、物產中大等眾多世界500強的青睞，打造出了一個個可組裝企業標桿。

2022年8月18日，公司公布2022年中期業績，報告期內，集團雲服務業務實現收入同比增長35.5%，占比集團收入約76.4%。金蝶雲訂閱服務年經常性收入(ARR)約為人民幣18.6億元，同比增長46.5%。報告期內，集團錄得收入約人民幣21.97億元，較同期增長約17.3%，公司權益持有人當期應佔虧損人民幣3.56億元。

當前，數字化的應用領域不斷擴展到各行各業，數字化、網絡化、智能化正在重塑產業生態，傳統產業轉型升級步伐不斷加快。未來，企業數字化轉型之路任重道遠，期待金蝶的變革之路，與合作方共創企業韌性成長新未來。

瑞爾集團公布2022/23財年 中期業績報告運營效率持續提升

瑞爾集團(股份代號：6639.HK)是中國口腔醫療服務的領導者，擁有著行業內排名靠前的門店數量及牙科椅數量。截至2022年9月30日，集團擁有門店數量為122家，全職牙醫910名，擁有牙椅數1400張。

2022年11月30日，瑞爾集團欣然宣佈截至2022年9月30日止六個月之經營業績。報告期內，集團實現營業收入人民幣7.72億元，上年同期營業收入8.41億元；報告期內，集團持續提升營運效率並完善成本控制，毛利為21.7%，與上年同期基本持平；經調整淨利潤為人民幣1070萬元，持續錄得盈利；EBITDA(息稅折舊前利潤)自2018/19披露財年數據以來首次轉正，為人民幣0.62億元，上年同期虧損人民幣3.15億元。



不斷提升運營效能4月至6月積極應對疫情7月至9月業績全面反彈

在扎實做好各項業務的同時，集團持續提升運營效能，優化管理水準。公司重點關注老客戶關係管理，新客戶到店成交，復雜病例治療能力，同時推出專屬客服體系，截至2022年9月30日，集團的復診率繼續維持在較高水準，達到48%，顧客滿意度持續提升。與此同時，人員成本佔收入的比重下降至40.4%，持續的降本提效措施取得了良好的成效。

隨著國內疫情進入常態化階段，受影響的門店的運營呈現出反彈的趨勢。於2022年4月至6月，接診人次

有所減少，較去年同期減少20.2%，但在接下來的7月至9月，接診人次較去年同期回升9.7%，表明集團的業務正在快速恢復中。

穩健擴張商業版圖深化全國連鎖佈局獲資本市場高度認可

在規模擴張方面，憑借優異的商業運營能力，集團版圖向全國加速擴張。集團於報告期內新開業1家，於報告期後開業2家診所。剩余2家醫院及4家門診工程進度基本完工，預期財年底開業。集團持續進行品牌升級，推出瑞爾臻選，品牌影響力不斷提升。此外，集團亦通過收購無錫通善口腔，順利打入無錫市場。

良好的運營及優質的服務，讓集團獲得了資本市場的高度認可。

近日，國際指數編製公司明晟公司(MSCI)公布半年度最新指數調整結果，瑞爾集團被納入MSCI明晟中國小型股指數成份股。在今年9月份，瑞爾集團獲得納入恒生綜合指數，並正式進入港股通。自公司9月進入港股通以來，港股通交易活躍，持股數量持續增長。

彰顯連鎖企業社會責任，踐行慈善公益，支持各地抗疫工作

在穩健發展的同時，集團始終不忘初心，依托自身資源和管道，參與社會公益事業，履行企業社會責任，回饋社會。集團作為全國連鎖口腔醫療服務提供商，通過"瑞爾齒科"及"瑞泰口腔"品牌採取雙品牌戰略，以服務於不同經濟和區域背景的客戶，能夠更好地利用品牌影響力及平台賦能優勢，獲得更多市場份額。

面向未來，管理層表示將繼續堅持健康快速發展的原則，堅守醫療質量，借助品牌影響力加大人才培養力量，不斷提高運營效能，夯實企業文化，加強ESG建設，著力優化患者體驗，以擴大客戶群，進一步鞏固市場領導地位，為股東和投資者創造更多的價值。

元力控股發佈2023年中期業績報告

深耕電力能源消費領域 營收毛利雙升長期動能顯現

中國領先的信息科技服務供應商－元力控股有限公司(「元力控股」或「公司」，股份代號：1933.HK，連同其附屬公司統稱「集團」)欣然宣佈，集團截至二零二二年九月三十日止六個月期間(「報告期」)錄得收入為人民幣179,376,000元，較上年同期增加約人民幣15,866,000元，漲幅約9.7%；錄得毛利潤為人民幣34,081,000元，增加約人民幣2,149,000元；整體毛利率為約19.0%；錄得股東應佔溢利為人民幣9,703,000元，溢利較上年增長約人民幣1,843,000元。

集團認為，本年度盈利增長點集中在銷售軟件及解決方案業務方面，主要得益於2022年新增的多項能源企業大型信息化建設項目的實施，其中，銷售軟件及解決方案收入大幅增長，同比增加49.2%。本報告期內的研發支出比去年同期增加約2,888,000元。另外，集團亦重視維持穩健的現金流，積極採取措施加強現金流管理，對客戶回款的及時性保持高度警覺。於2022年9月30日，集團的流動資產淨額約為人民幣221,763,000元。

從業務類型來看，集團銷售軟件及解決方案收入同比增長約人民幣13,408,000元，主要歸因於多項電網有限公司的多項能源企業大型信息化建設項目於報告期內實施；提供技術服務收入增長約人民幣31,857,000元，主要歸因於為南方電網公司和國電南瑞科技股份有限公司等客戶提供技術服務的類型與服務範圍進一步擴大。

在2022年上半年，本集團持續加強與中國南方電網有限責任公司(「南方電網」)合作，來自該企業的收入較上年同期增長約360%。本集團在參與內蒙古電力(集團)有限責任公司(「內蒙古電力集團」)的電力交易市場建設項目中的收入較上年同期增長約38%。

國家電網有限公司(「國家電網」)在「十四五」數字化規劃中提出，要構建「能源互聯網營銷服務系統(「營銷2.0」)」。應此需求，本集團與國家電網展開進一步的合作；成效卓著；營銷2.0和「網上國網」相關的技術服務的銷售業務量較上年同期均有大幅增長，並在此成果下乘勝追擊，開拓了國網新疆和青海市場。



遠東發展於「2022年第十二屆亞洲卓越大獎」中榮膺三項獎項



遠東發展有限公司(「遠東發展」或「集團」；股份代碼：35.HK)欣然宣佈，集團於《亞洲企業管治》主辦的「2022年第十二屆亞洲卓越大獎」中榮獲三個獎項。評選結果於2022年11月25日的線上頒獎禮公佈。

遠東發展主席兼行政總裁邱達昌先生及遠東發展首席財務總監兼公司秘書張偉雄先生分別獲頒「亞洲最佳行政總裁」及「亞洲最佳首席財務總監」獎項，集團亦獲頒「最佳投資者關係公司」獎項。贏得上述殊榮標誌著集團的優秀企業管治及卓越投資者關係。

遠東發展主席兼行政總裁邱達昌先生表示：「集團對在『2022年第十二屆亞洲卓越大獎』中獲頒三個獎項深感榮幸，顯示遠東發展致力於企業管治及投資者關係

方面精益求精。展望未來，集團將繼續與持份者及投資者保持高透明度的溝通，加強彼此的聯繫，同時亦將秉持最高企業管治水平及履行最佳環境責任措施，務求成為最值得信賴及對環境負責任的香港上市公司之一。集團將繼續堅守最佳守則，致力維持良好的投資者關係及企業管治，持續為股東創造價值。」

「亞洲卓越大獎」由亞洲最權威的企業管治刊物之一《亞洲企業管治》主辦，旨在表彰在企業管治、財務表現、企業社會責任、環境措施及投資者關係方面有超卓表現的企業。本年度，「亞洲卓越大獎」選出來自中國、印尼、馬來西亞、菲律賓、新加坡、台灣、泰國及越南等不同國家及地區的得獎企業。

中信資源獲傑出 上市公司大獎2022



憑藉母公司在中國商界的獨特地位，以及本身有目共睹的提高市場滲透率和競爭力的能力，我們未來的發展重點將放在提升業務發展能力、盈利水平和抗風險能力上。總括來說，我們將繼續強化核心業務，同時在「新能源」、「儲能」、「能源運輸」等方面做進一步探索，發掘新的投資機會，旨在進一步改善盈利能力，並為股東創造最大價值。

中信資源(01205.HK)是一家主要從事勘探和銷售天然資源的投資控股公司，1997年起在香港聯合交易所上市，主要業務包括石油和煤的勘探、開發和生產，於鋁土礦開採、氧化鋁冶煉和電解鋁領域的投資，以及進出口商品。

2022年中信資源提前佈局、優化生產、銷售發力，各項業務均穩步推進，全力以赴抓住大宗商品上行契機，沉著應對俄烏危機，總體生產經營形勢穩中向好。按2022年中期報告，中信資源實現合併營業收入32.3億港元，同比上升90%；歸母淨利潤9.3億港元，同比增加4.8億港元，ROE超12.7%，業績大幅提升；資產負債率44.5%，資產結構全面改善，屬近年來最佳水平。

公司以「提升資產價值」為主線積極推進各項工作。通過深化地質油藏研究、強化老油田綜合治理、加快產能建設、加大新技術應用力度、細化開發生產過程管控、有效推行節點管理等手段，實現了安全生產、綠色環保、產量穩步上升、經營業績大幅改善，企業價值進一步提升。

著力IP全球化研發與發行， 中手游未來發展可期

當今，遊戲作為一個與數字經濟和科技密不可分產業，對國家的產業佈局、文化傳播與經濟發展具有至關重要的影響。從日韓加澳等多個國家紛紛加快佈局電子遊戲產業，到歐洲議會吹響電子遊戲發展「集結號」，遊戲行業的內在優勢與價值逐步顯現出來。疫情的常態化發展以及持續穩定審批的政策導向，遊戲行業整體的風向也更為積極。

深耕自有IP，打造IP遊戲生態體系

作為全球頂尖的移動遊戲開發商與發行商，中手游始終秉承為全球玩家開發和發行精品遊戲的理念，以IP為核心，通過自主研發和聯合研發，為全球玩家提供精品IP遊戲，打造極具競爭力的IP遊戲生態體系。中手游現有員工超過1200人，研發人員達到近700人，投資參股國內優秀研發企業近30家，每年擁有超過10+款的精品IP遊戲產能，已推出包括：《新射鵰群俠傳之鐵血丹心》、《航海王：熱血航線》、《鬥羅大陸：鬥神再臨》和《真三國無雙霸》等數十款精品IP遊戲。中手游憑借強大的全球化發行的IP遊戲矩陣，與《真三國無雙6》、《SNK全明星》、《奧特曼》和《鬥羅大陸》以及《夢工廠全明星》等多款知名IP展開遊戲開發與全球發行，在港澳台、日本、韓國和歐美形成了豐富的遊戲產品佈局。另外，中手游自2021開始發展海外市場，確立了以港澳台、日本、韓國和歐美為主力的發展區域，並以能全球多地區發行或全球性發行來進行產品立項評估。

加速新品研發，產品線豐富

中手游2023年的產品線更為豐富。中手游圍繞其自有IP《仙劍奇俠傳》的大型遊戲、電視劇、動畫片將陸續上線，《仙劍》IP影響力將全面擴大，公司目標將該IP打造成為估值超100億的世界級IP。中手游亦將於年內推出大型戰略級國風元宇宙平台《仙劍世界》，並有望將其打造成為以國風文化為背景、仙劍世界觀架構下的開放世界遊戲+娛樂社交型元宇宙，並成為國內首個國風元宇宙平台。《仙劍世界》將在世界範圍傳播中華優秀傳統文化，聚合國風愛好者和實體產業業態，並助力公司進軍萬億級的國風文化消費市場。



《新仙劍之揮劍問情》



《全民街籃》

行業競爭力凸顯，業績增長可期

2022年上半年，公司錄得海外地區收入人民幣2.276億元，占總收入比重為18.5%，且預計2022年全年海外收入佔比將達30%。截至目前，公司已經在海外建立覆蓋產品運營、市場營銷、用戶運營和質量投放的專業本地化團隊，團隊經過多款成功實戰產品磨合，有利於提高海外區域市場的收入高度和持續力，海外市場規模的穩步擴大，將為公司帶來可觀收入增量及促進利潤率優化。從2021至2024年，中手游均有重磅級全球化產品計劃，其中不乏全球頭部IP遊戲、自主研發的跨端精品遊戲和全球化題材融合型SLG遊戲。中手游在著力推動精品IP遊戲走向海外市場時，也進一步帶動了服務貿易行業的發展。11月22日，中手游分別獲頒時代傳媒「2022年度品牌價值傳播獎」及「深圳市服務貿易行業領軍獎」。

展望未來，隨著版號恢復，中國遊戲行業逐漸走出寒冬時期，中手游新品的密集上線，對公司的收益貢獻及價值提升空間可期，預期在未來會釋放出強勁的業績增長動能，公司競爭優勢顯著，未來發展十分可期。

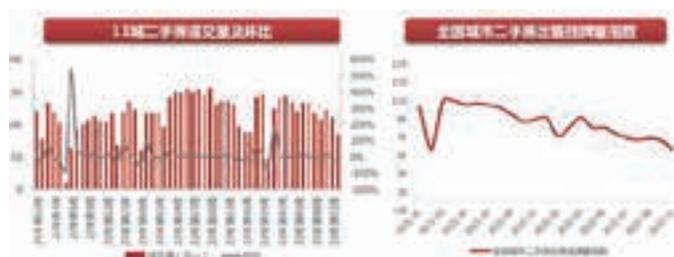
房地產行業2023年投資策略： 基本面築底，利好政策加速釋放

摘要：2022年行業基本面築底，銷售滑坡、土拍遇冷、流動性壓力仍然延續，形成弱基本面與政策寬鬆的拉鋸。政策先於基本面出現「拐點」，預計行業基本面於2023年呈現先抑後揚，下半年有望逐步修復，政策催化下板塊仍具備配置價值。

行業：政策底已現，景氣修復仍需時日

1) 新房：新房銷售仍在築底階段。2022年11月商品房銷售面積10071萬平，銷售金額9816元，同比分別下降33.3%和32.2%，降幅較10月分別擴大10.1pp和8.5pp。累計來看，1-11月商品房銷售額同比下降26.6%，降幅較累計1-10擴大0.5pp。下半年以來，市場整體進入築底階段，銷售降幅自9月以來出現連續2個月的擴大，回暖仍需要時間。克爾瑞資料顯示，12月百強房企銷售額7542億元(-31.5%)，銷售面積4645萬平方米(-34.9%)。

2) 二手房：恢復好於新房，但11月開始成交量出現下降。全國城市二手房出售掛牌量指數自4以來呈現趨勢性下降，11月份全國城市二手房出售掛牌量指數較10月份環比下降14.6%。根據克爾瑞監測11城二手房成交資料，由於購房者對於新房交付的擔憂，二手房恢復好於新房，成交量自9月中下旬單周成交量恢復至140萬平左右，但自11月以來成交規模呈現趨勢性收縮，12月下旬周成交量降至84萬平，除北京、成都、廈門成交熱度環比小幅上升外，其餘城市成交熱度均呈現不同程度的下降。



3) 土地：土地市場持續降溫，房企的拿地節奏放緩。從單月拿地情況來看，拿地節奏明顯放緩，單月土地購置面積及土地成交價同比均維持較大跌幅。11月土地成交額1530億元，同比下降50.8%，土地投資仍較為低迷。累計來看，購置面積與成交價款同比降幅仍在尋底，當前「保交樓」政策基調下房企資金調用主向竣工端，拿地審慎。100大中城市土地成交溢價率保持4%以下的歷史低位。



集中土拍熱度無明顯提升，溢價率維持低位。隨著市場熱度的逐步走低，多數城市增加了土地出讓次數，並調整為以位置優越、庫存壓力較低的板塊為主，成交規模也明顯收縮。但熱度的提振並不明顯，底價成交比重持續攀升，第三輪土拍整體溢價率僅有**2.5%**，近八成地塊均是底價成交，溢價率超過**5%**的城市僅有寧波、合肥、北京和杭州四個城市。延期、撤牌、流拍的土地占比仍明顯上升，比重由第二輪的**8%**上漲至**11%**。



4) 開竣工&庫存：累計投資逐漸回落，新開工轉為負增長。2022年1-11月累計投資額同比持續下滑至-9.8%，房企資金端壓力大對投資產生較大負面的影響。受新房銷售下滑以及拿地縮量影響，房企新開工意願較低，11月新開工面積7910萬平，同比下降50.8%，今年以來一直維持在較低水準。竣工端在保交付等政策支援下，下滑幅度較小，但9月以來降幅有擴大趨勢，11月竣工面積9144萬平，同比下降20.2%。商品房待售面積自年初以來持續下降，但庫銷比環比明顯提升，主要由於銷售下降所致。



一線城市庫存相對較低，二線城市分化明顯。一線城市去化週期均在25個月以下，上海最低僅14個月。二線城市分化明顯，蘇州、杭州等城市庫存消化週期低於15個月，供求相對平衡，弱二線城市庫存消化週期較長，如蘭州、大連、鄭州等，去化週期超70個月，受銷售下滑影響較2021年同期明顯拉長。

「第二支箭」債券融資支持：11月8日交易商協會發文推出支出民企融資「第二支箭」，人民銀行再貸款提供資金支援規模約2500億元，通過擔保增信、創設信用風險緩釋憑證、直接購買債券等方式，支援民營企業發債融資。11月10日龍湖集團最先註冊了200億元儲架式債券，萬科、新城、綠城、金地、美的等房企也均申請或註冊了儲架式發行，總規模超1600億。

「第三支箭」股權融資鬆綁：11月28日，證監會決定在股權融資方面調整優化5項措施，並即日施行，具體舉措包括：恢復涉房上市公司並購重組及配套融資；恢復上市房企和涉房上市公司再融資；調整完善房地產企業境外市場上市政策；進一步發揮REITs盤活房企存量資產作用；積極發揮私募股權投資基金作用等。此舉有利於消化出險房企存量資產，加快行業並購整合，可緩解房企償債壓力，進而保交樓，長期對提振銷售信心也有積極作用。

排名	企業名稱	2022年1-12月 累計金額 (億元)	12月月 金額 (億元)	累計同比	單月同比	單月环比
1	保利發展	4543	230	-20%	-23%	-30%
2	華潤置地	4173	572	-15%	42%	55%
3	万科地產	4162	435	-12%	-6%	26%
4	華潤地產	3913	496	-5%	9%	125%
5	中海地產	2955	348	-20%	-9%	49%
6	招商蛇口	2726	431	-10%	-2%	88%
7	金地地產	2718	204	-23%	-15%	13%
8	綠城中國	2128	272	-20%	12%	12%
9	建發地產	2033	201	-30%	-49%	15%
10	建發地產	1763	255	0%	10%	5%
11	招商地產	1597	81	-72%	-85%	-1%
12	中國金茂	1550	175	-34%	-20%	22%
13	濱江集團	1339	204	-9%	40%	34%
14	越秀地產	1451	221	-12%	-6%	115%
15	中國鐵建	1281	224	-10%	-14%	-5%
16	協信地產	1260	225	7%	-1%	32%
17	遠東地產	1237	61	-50%	-71%	46%
18	中國地產	1102	178	-1%	-5%	-3%
19	龍湖地產	1165	66	-10%	-69%	-7%
20	遠東地產	1004	109	-26%	-30%	1%
21	萬科股份	869	89	-26%	-11%	62%
22	世茂地產	865	70	-68%	-30%	8%
23	華陽地產	743	107	-61%	-24%	120%
24	美的商業	742	60	-46%	-38%	43%
25	建發地產	685	117	-22%	-43%	57%
26	金科地產	671	35	-64%	-72%	36%
27	仁恒地產	651	55	-14%	-47%	54%
28	中文地產	650	72	-14%	-63%	18%
29	中國地產	640	77	-67%	-47%	75%
30	中國地產	625	30	-64%	-82%	0%

央國企為拿地主力，新增貨值集中度提升。截至12月末，TOP10/11-20房企新增貨值占百強總新增貨值的44.4%/16.1%，TOP20房企新增貨值集中度合計高達60.5%。其中2022年1-12月新增貨值超千億的房企達到8家，從高到底分別為保利發展、華潤置地、中海地產、萬科、濱江集團、招商蛇口、越秀地產、綠城中國，較去年同期減少了15

家。拿地金額TOP10中國央企仍有巨大優勢，12月民企拿地無起色，國央企拿地放緩，城投平台持續「托底」。

公司	銷售額 (億美元)	環比增長 (%)
中國地產	200	10%
華潤置地	180	5%
招商蛇口	150	15%
萬科	140	8%
中海地產	130	12%
建發地產	120	3%
華陽地產	110	7%
遠東地產	100	1%
龍湖地產	90	4%
世茂地產	80	2%

公司	12月	1-12月	12月環比	1-12月累計
保利發展	230	4543	-20%	4543
華潤置地	572	4173	-15%	4173
万科地產	435	4162	-12%	4162
華潤地產	496	3913	-5%	3913
中海地產	348	2955	-20%	2955
招商蛇口	431	2726	-10%	2726
金地地產	204	2718	-23%	2718
綠城中國	272	2128	-20%	2128
建發地產	201	2033	-30%	2033
建發地產	255	1763	0%	1763
招商地產	81	1597	-72%	1597
中國金茂	175	1550	-34%	1550
濱江集團	204	1339	-9%	1339
越秀地產	221	1451	-12%	1451
中國鐵建	224	1281	-10%	1281
協信地產	225	1260	7%	1260
遠東地產	61	1237	-50%	1237
中國地產	178	1102	-1%	1102
龍湖地產	66	1165	-10%	1165
遠東地產	109	1004	-26%	1004
萬科股份	89	869	-26%	869
世茂地產	70	865	-68%	865
華陽地產	107	743	-61%	743
美的商業	60	742	-46%	742
建發地產	117	685	-22%	685
金科地產	35	671	-64%	671
仁恒地產	55	651	-14%	651
中文地產	72	650	-14%	650
中國地產	77	640	-67%	640
中國地產	30	625	-64%	625

企業：國進民退，格局優化

銷售結構性修復，央國企表現更佳。12月單月有逾8成百強房企單月業績同比降低，銷售呈現結構性修復。在整體的下行中，企業之間的分化也更加直接和顯著，頭部國央企以及少數優質民企頂住壓力，銷售韌性要明顯好於同業。12月單月銷售表現比較好的有保利發展(+42%)、濱江集團(+40%)、綠城中國(+12%)、建發房產(+10%)、華潤置地(+9%)、越秀地產(-1%)、招商蛇口(-2%)等。累計來看，1-12月累積銷售表現比較好的房企有越秀地產(+7%)、建發房產(0%)、華髮股份(-1%)、華潤置地(5%)、濱江集團(-9%)、招商蛇口(-10%)。

汽車行業2023年度投資策略： 整車企業競爭進入淘汰賽，非生即死；緊跟技術趨勢與國產替代， 風景獨好。

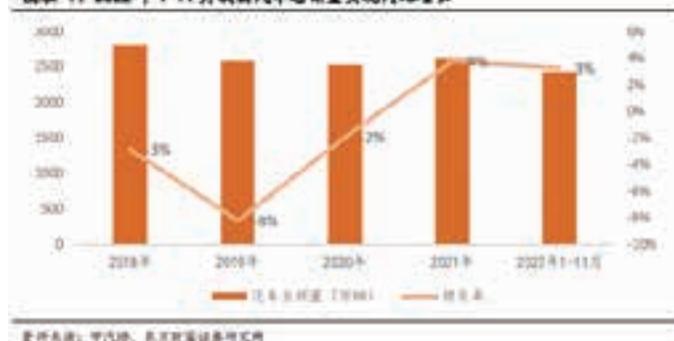
摘要：2022年汽車行業呈現乘用車強、商用車弱，新能源汽車高歌猛進的局面。2023年汽車行業有望商乘並進，市場整體平穩向上，呈現弱Beta。結構上，乘用車混動、商用車環比向上趨勢較強。整車企業將進入戰國時代，非生即死，弱勢企業將被淘汰。特別是近期特斯拉連續降價，結合汽車產業發展規律，我們認為未來幾年整車企業之間激烈的價格戰不可避免，新能源車VS燃油車，傳統勢力VS新勢力都會出現非生即死的比拼。

1. 2022年汽車行業：乘強商弱，市場跌宕起伏

1.1.1. 乘用車市場穩步向上，商用車表現相對低迷

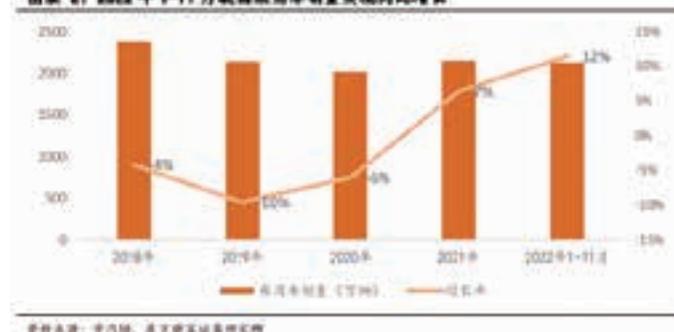
汽車行業短期受疫情衝擊，銷量保持溫和增長。2022年，我國汽車行業存在需求收縮、供給衝擊、預期轉弱的三重壓力，供應鏈遇到問題，同時消費者購車需求釋放受阻，1至11月，我國汽車銷量依舊實現2430萬輛，同比增長3.3%。

圖表 1：2022年1-11月我國汽車總銷量實現同比增長

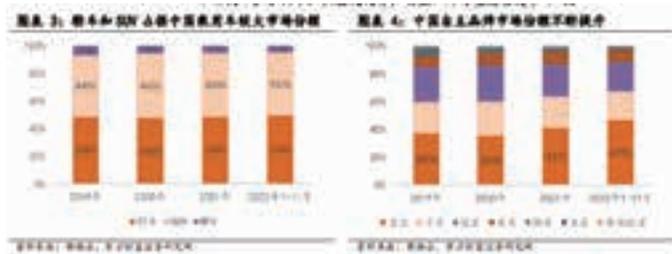


國家減稅和消費政策促進乘用車市場穩定增長。2022年，國內疫情對汽車的終端銷售帶來一定影響，但在國家購置稅減半政策和地方促進消費政策的持續發力下，乘用車市場活力依舊。2022年1-11月，乘用車共銷售2129萬輛，同比增長11.5%。

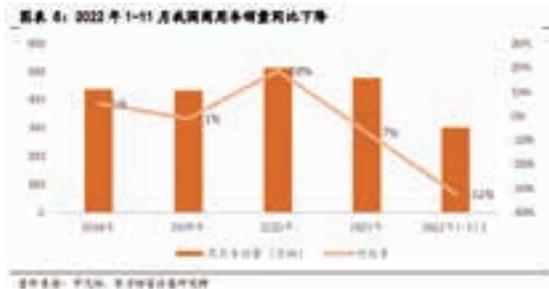
圖表 2：2022年1-11月我國乘用車銷量實現同比增長



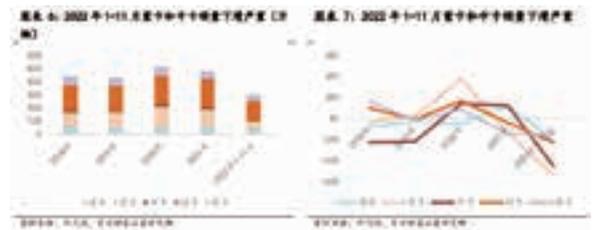
乘用車零售銷量中，SUV和轎車占比較大，中國自主品牌逐步擴張。從車型來看，轎車和SUV一直佔據較大市場份額，2022年1-11月，轎車和SUV的零售銷量占乘用車總銷量的49.8%和45.6%。從車系來看，中國自主品牌、日系和德系車佔據較大的市場。但整體上看，自主品牌的市場佔有率呈現逐年增長態勢，德系和日系車的市場份額在逐年下降。2022年1-11月，中國自主品牌、日系、和德系車占總零售銷量的47.1%、20.0%和21.0%。自主品牌市占率的提升得益于中國自主品牌迅速回應市場的能力以及國產汽車品牌的認可度不斷提升。依託本土供應鏈優勢，自主品牌有望搶佔更多市場。



商用車銷量表現相對低迷。2022年，受疫情影響，經濟下行壓力不斷加大，商用車依然處於低位徘徊態勢。2022年1-11月，我國商用車銷量實現301萬輛，同比下降了32.1%



商用車各細分市場裡，重卡和中卡銷量大幅下降。2022年1-11月，我國客車銷量實現35.6萬輛，同比下降21.25%，卡車銷量實現265.2萬輛，同比下降33.1%。其中，重卡和中卡銷量下滑嚴重，重卡銷量達到61.8萬輛，同比下降53.8%，中卡銷量達到9.01萬輛，同比下降45%，輕卡銷量達到148.1萬輛，同比下降23%，微卡銷量達到46.42%，同比下降14.5%。

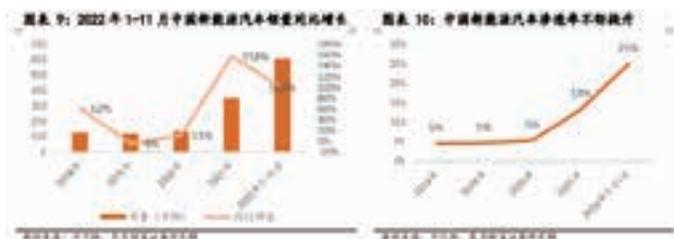


1.1.2. 純電動汽車是新能源銷售主流，插混動力汽車發展增速快

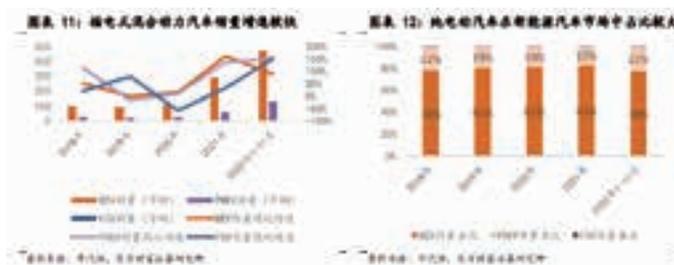
新能源汽車發展迎來快速發展的新階段。新能源汽車行業從2000年發展至今，經歷了萌芽期、快速成長期、冷靜調整期，現在步入了高速發展時期。新能源汽車的市場發展已經從政策驅動轉向市場拉動發展的新階段，呈現出市場規模、發展品質同步提升的局面。



新能源汽車市場高速發展，滲透率增長迅速，迎來發展機遇。2013至2021年，新能源汽車的銷量從1.8萬輛增長到352.1萬輛，複合年均增長率達到93.4%。在行業補貼退坡、電池原材料價格上漲、晶片短缺的情況下，我國新能源汽車仍然呈現較好的增長勢頭。2022年1-11月，新能源汽車銷量達到606.7萬輛，同比增長了100%，滲透率增長到25%。隨著國家政策的支持以及行業技術的發展，消費者對新能源汽車的偏好有望增加。根據中汽協預測，2022年中國新能源汽車的銷量將達到670萬輛，同比增長90.3%。



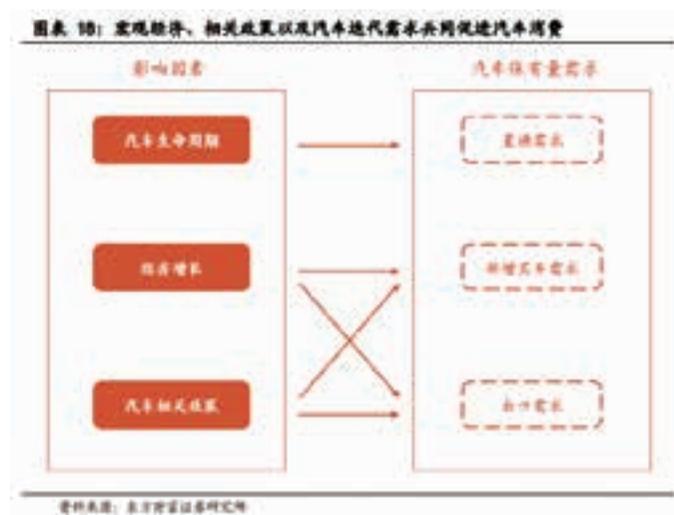
從細分市場來看，純電動汽車成為銷售主流，插電式混合動力汽車市場增速較快。新能源汽車主要以純電動汽車和插電式混合動力汽車為主，燃料電池汽車占比小於1%。2022年1-11月，純電動力汽車、插電式混合動力汽車和燃料電池汽車銷量分別為473萬輛、133萬輛和0.3萬輛，同比增長約89%、155%和151%，市場份額占比分別為78%、22%和0.05%。



2. 2023年展望：總量穩定，結構為王

2.1. 政策托底，乘用車銷量有望穩定增長

宏觀經濟有望復蘇，推動汽車消費。2022年，我國經濟受疫情及供應鏈等多因素影響，增速降低。2023年，中央經濟工作會議將恢復和發展經濟作為重要任務，同時伴隨著國內疫情形式的逐步穩定，我國經濟有望復蘇。經濟增長能促進新增買車需求和出口需求，預計明年汽車市場有望實現穩定增長。



政策為汽車市場發展向好提供保障。短期來看，年底車市政策調整在即，燃油車購置稅減半政策年底到期，對年底銷量形成強力支撐，年底新能源車補貼退出，同時小鵬、極氪、比亞迪、廣汽埃安等新能源企業都陸續出台限時保價措施，將推動部分消費者的提前購買行為。長期來看，常態化防控政策全面優化有利於提升消費者信心，前期壓抑的消費需求有望穩步釋放。同時根據中央經濟政策部署，2023年將繼續加大穩汽車消費政策，重點支持公共領域電動化及改善消費環境，加快推動汽車綠色低碳轉型，在落實碳達峰中和目標任務過程中培養新的產業競爭優勢。

圖表 19：汽車細分市場量產與行業政策發展預測

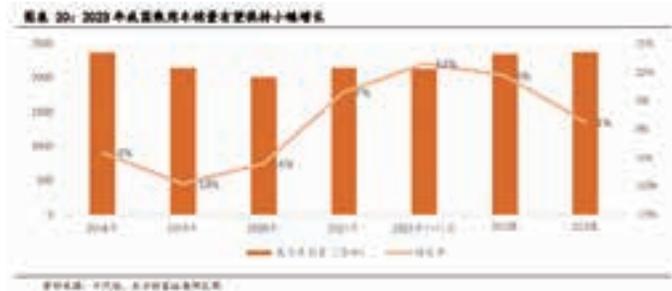
細分市場	政策文件/法規	具體措施
輕便車	《汽車細分市場發展規劃（2021-2035年）》	明確提出到2035年，輕便車產量佔比達到10%以上，成為汽車市場的重要組成部分。
乘用車	《新形勢下汽車產業發展規劃（2021-2035年）》	到2035年，我國將實現汽車產銷總量與經濟發展相適應，汽車產銷總量佔GDP比重達到10%左右。
	《汽車工業“十四五”發展規劃》	2023年，乘用車產銷總量預計將達到2380萬輛，同比增長1.3%。
2023年政策	汽車消費	國務院印發《關於促進汽車消費若干措施的通知》，明確了促進汽車消費的各項措施，包括提高汽車消費稅收優惠、支持汽車金融發展、加強汽車質量監管等。
	新能源汽車	國務院印發《關於促進汽車消費若干措施的通知》，明確了促進汽車消費的各項措施，包括提高汽車消費稅收優惠、支持汽車金融發展、加強汽車質量監管等。

2023年我國乘用車銷量有望保持小幅增長。2023年國內經濟形式穩中向好，中汽協預計，我國汽車銷量將保持小幅增長，估計汽車整體市場規模將達到2760萬輛，同比增長3%。其中，乘用車總銷量將達到2380萬輛，同比增長1.3%。

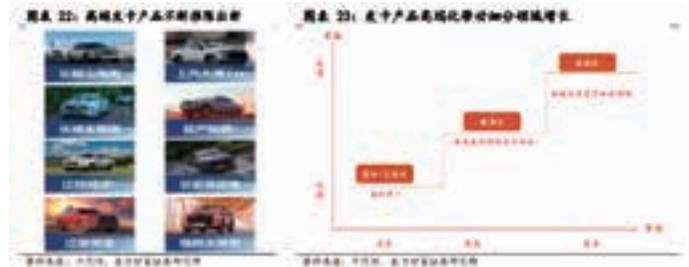
2.2. 經濟恢復為主，排放標準加速車型替換為輔，商用車有望復蘇

疫情防控措施的優化將長期促進商用車市場的發展。隨著防疫政策的優化以及經濟的增長，各地生產建設、物流運輸將逐步恢復，貨運量及周轉量有望呈現恢復趨勢。

「雙碳」戰略和排放標準導致的車型加速替代促進商用車的需求增長。隨著「雙碳」戰略的逐步推進，國四及以下排放的柴油車有望在明後年迎來大規模淘汰，因此，消費者汽車更新需求多，商用車市場有望迎來增長。根據中汽協預測，2023年，商用車銷量有望達到380萬輛，同比增長15%。



細分市場裡，重卡、輕卡、皮卡市場有望恢復增長。經濟恢復的情況下，落地實施的房地產、基建投資等專案增加，再加上國四柴油車大規模淘汰的預期，重卡市場有望增長；隨著城市經濟的恢復和發展，用於城市配送的輕卡前期延緩的購車需求有望釋放；皮卡產品高端化升級，有望帶動細分領域增長，同時皮卡市場在防控政策優化和出口的加持下有望實現恢復性增長。



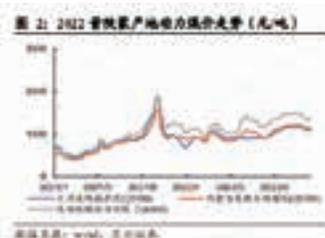
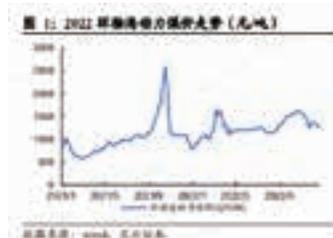
煤炭2023年策略： 開啟新一輪景氣週期

摘要：回顧2022：國內動力煤價全年趨勢上行。三季度國內焦煤、噴吹煤以及無煙煤價格達到最低，焦煤全年價格高點在二季度，噴吹煤與無煙煤價格高點在四季度。前三季度海外動力煤價高漲，四季度回落。2022年動力煤庫存增加399萬噸，焦煤與噴吹煤庫存下降332萬噸，全年煤炭庫存基本維持不變。煤炭供需總體平衡。2022年不同煤種全年均價相比2021年均出現增長，其中噴吹煤價表現最好，山西長治噴吹煤價上漲423元/噸；展望2023：2022年中央經濟工作會議提到2023年重點工作擴大需求，把住房改善放在刺激消費的首位。參考2015、2008年地產政策轉向，新一輪地產上行週期有望開啟。2023年預計煤炭需求增加1.9億噸，國內供給增加1億噸，進口增加3000萬噸，存在6000萬噸左右供需缺口。

1. 回顧2022：供需總體平衡，煤價中樞上移

1.1. 國內動力煤價：逐季抬升，波動上行

環渤海動力煤價(Q5500)從2022年初的800元/噸震盪上行至2022年12月30日的1210元/噸，產地煤價趨勢與港口煤價基本一致，以內蒙古大塊精煤價(Q5500)為例，從年初865元/噸震盪上行至年末1092元，四季度產地煤價回落幅度小於港口煤價，產地價格表現強於港口。



以季度為單位，2022 年一季度動力煤價環比略有下降，二季度至四季度環比均回升，且環比增速逐季

加快。以環渤海動力煤價為例，一季度均價 1178 元上漲至四季度均價 1439 元，四個季度環比增速分別為 -13%、2%、5%、13%。動力煤價季度同比增速始終保持正增長，同比增速從一季度開始逐季下降。四個季度環渤海動力煤價同比增速分別為 63%、39%、11%、7%。

表 1: 2022 年季度動力煤價走勢

	內蒙古大塊精煤價		山西長治噴吹煤價		環渤海動力煤價	
	(元/噸)	(元/噸)	(元/噸)	(元/噸)	(元/噸)	(元/噸)
2022Q1 均價(元/噸)	916	1003	921	901	1178	1207
2022Q2 均價(元/噸)	914	1184	933	933	1300	1300
2022Q3 均價(元/噸)	977	1000	979	979	1350	1350
2022Q4 均價(元/噸)	1117	1126	1140	1140	1439	1439
Q1 環比	-4%	9%	0%	0%	4%	4%
Q2 環比	3%	18%	4%	4%	8%	8%
Q3 環比	7%	2%	3%	3%	4%	4%
Q4 環比	14%	1%	3%	3%	6%	6%
Q1 同比	21%	-2%	-4%	-4%	13%	13%
Q2 同比	4%	7%	3%	3%	7%	7%
Q3 同比	7%	1%	3%	3%	5%	5%
Q4 同比	18%	3%	3%	3%	7%	7%

2022 年 1-3 月環渤海動力煤價由 800 元/噸上漲至 1669 元/噸，主要由於 1 月印尼本土用煤緊張限制出口，2 月俄烏衝突造成全球能源緊張。4 月動力煤價下跌至 1100 元/噸，主要受上海、吉林等地區爆發疫情影響。5 月至 6 月動力煤價再次回升至 1350 元/噸，主要由於國內疫情得到控制，國外持續搶煤海外煤價大漲進口煤減少。7 月煤價再次下跌至 1140 元/噸，主要因為多家地產企業暴雷，停工專案增多影響需求。8 月至 10 月煤價漲至 1633 元/噸，主要由於 7 月底政治局會議強調擴大總需求，保交樓等刺激需求政策出台，夏季天氣異常炎熱水電出力不足。11 月至今煤價回落至 1210 元/噸，主要受疫情防控影響下游需求。

表 2: 2022 動力煤分季度走勢及原因分析

季度	環渤海動力煤價 (元/噸)	走勢原因分析
1-3 月	800 元/噸上漲至 1669 元/噸	1 月印尼本土用煤緊張限制出口，2 月俄烏衝突造成全球能源緊張
4 月	下跌至 1100 元/噸	上海、吉林等地區爆發疫情影響
5-6 月	上漲至 1350 元/噸	國內疫情得到控制，國外持續搶煤海外煤價大漲進口煤減少
7 月	下跌至 1140 元/噸	多家地產企業暴雷，停工專案增多
8-10 月	上漲至 1633 元/噸	7 月底政治局會議強調擴大總需求，保交樓等刺激需求政策出台，夏季天氣異常炎熱水電出力不足
11-12 月	回落至 1210 元/噸	疫情防控影響

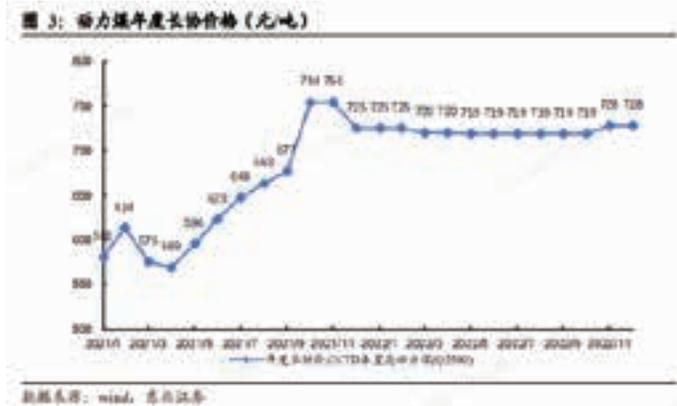
政策積極保供穩價。發改委制定中長期交易價格合理區間及現貨交易價格合理區間上限，於2022年5月1日起施行。2022年7月1日發改委召開涉煤視訊會議，要求每個礦自有資源量至少80%簽長協，26億噸電煤執行570-770元/噸長協價。2022年11月發改委就做好2023年電煤中長期合同的簽約工作提出將之前確定的26億噸煤炭保供資源增加到29億噸。

表 3: 發改委制定中長期交易價格合理區間及現貨交易價格合理區間上限 (元/噸)

品名	地區	規格	中長期交易價格合理區間	現貨交易價格合理區間上限
褐煤	華北地區	3500 中中	476-576	1114
	山西	3500 中中	176-276	602
	陝西	3500 中中	126-226	560
	雲南	3500 中中	266-466	480
	蒙古	3500 中中	286-386	600
洗精	河北	3500 中中	446-646	1076
	江蘇	3500 中中	496-596	1188
	湖北	3500 中中	445-545	1118
	山東	3500 中中	454-554	1138
	貴州	3500 中中	396-496	790

數據來源: wind, 百川盈孚

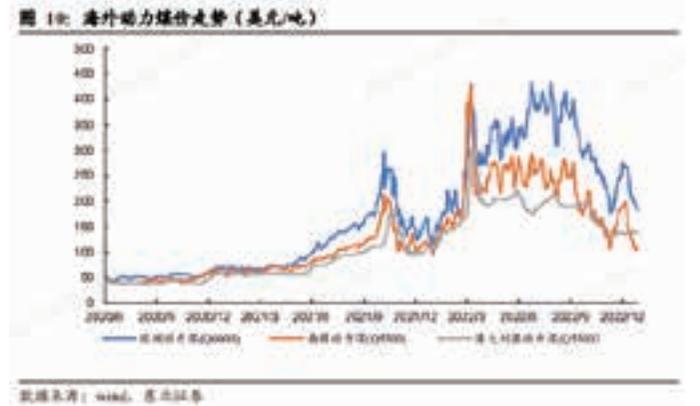
當前國有動力煤企業售價參考年度長協價格以及現貨交易價格上限，基本按照政策要求頂格執行，短期看價格變動預計不大。中期預計政策會跟隨市場煤價變化進行調整，如果未來市場煤價進一步上行，政策仍有可能上調動力煤中長期交易價格以及現貨交易價格上限。2022年11月、12月年度長協價格相較10月上調9元至728元/噸，明年中長協價格有望進一步上調，但高度預計不會超過770元/噸。



1.5. 海外煤價：前三季度動力煤價高漲，焦煤走勢與國內接近

澳大利亞動力煤(Q5500)年初價格為106.2美元/噸，受俄烏衝突影響煤價在3月最高上漲至304.75美元/噸，4-9月在200美元/噸高位震盪，10月後煤價開

始回落，年底降至137.5美元/噸。歐洲煤價(Q6000)年初為121.5美元/噸，3月漲至398美元/噸，6-8月達到全年最高點432.5美元/噸並在高位震盪，9月煤價開始大幅回落。11月中下旬冬季有所反彈，12月再次開始回落至182.5美元/噸。南非煤價(Q5500)年初93.45美元/噸，3月最高漲至429.9美元/噸，4-8月在250美元/噸附近震盪，9月後走勢與歐洲煤價類似，年末降至107.25美元/噸。



以季度為單位，歐洲動力煤一季度均價234美元/噸，二季度上漲至339美元/噸，三季度進一步上漲至364美元/噸，四季度回落至240美元/噸，而國內動力煤煤價從二季度至四季度環比持續走高。國內動力煤股從9月上旬見頂回檔，或受到9月海外煤價開始下跌影響，導致全球能源危機預期減弱，動力煤股估值回落。

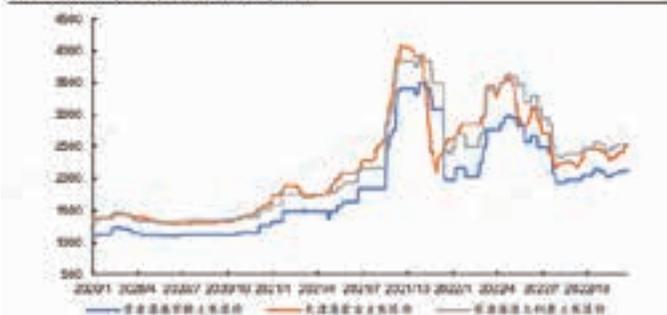
表 4: 海外動力煤價格季度表現

	歐洲動力煤 (Q6000)	南非動力煤 (Q5500)	澳大利亞動力煤 (Q5500)
2020Q1 均價(美元/噸)	234	206	179
2020Q2 均價(美元/噸)	339	257	198
2020Q3 均價(美元/噸)	364	237	193
2020Q4 均價(美元/噸)	241	133	144
Q1 同比	20%	22%	21%
Q2 同比	21%	24%	21%
Q3 同比	13%	18%	16%
Q4 同比	35%	19%	19%
Q1 环比	33%	56%	47%
Q2 环比	45%	25%	61%
Q3 环比	7%	4%	4%
Q4 环比	-34%	-34%	-25%

數據來源: wind, 百川盈孚

海外焦煤方面，蒙古主焦煤年初2610元/噸，3月最高上漲至3560元/噸，7月底最低跌至2160元/噸，隨後震盪向上至2510元/噸。蒙古、俄羅斯與澳大利亞海外焦煤價格走勢與國內焦煤價格走勢類似。

圖 11: 海外主焦煤價格走勢 (元/噸)



數據來源: wind, 百川指數

以季度為單位，蒙古主焦煤一季均價2993元/噸，二季度上漲至3158元/噸，三季度回落至2347元/噸，四季度小幅上漲至2414元/噸。海外焦煤季度價格表現與國內焦煤接近，二季度價格最高，三季度價格回落低位，四季度與三季度基本持平。

表 9: 海外主焦煤價格季度表現

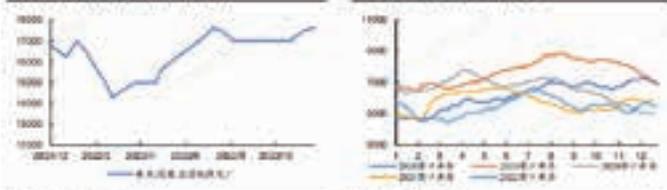
	蒙古港 俄羅斯主焦煤價	天津港 蒙古主焦煤價	宜庫港 澳大利亞主焦煤價
2020Q1 均價(元/噸)	2100	2993	2833
2020Q2 均價(元/噸)	2172	3138	3400
2020Q3 均價(元/噸)	2094	2347	2349
2020Q4 均價(元/噸)	2090	2414	2311
Q1 同比	38%	68%	65%
Q2 同比	76%	60%	82%
Q3 同比	-13%	-22%	-29%
Q4 同比	-30%	-26%	-27%
Q1 環比	-23%	0%	-17%
Q2 環比	39%	6%	30%
Q3 環比	-24%	-24%	-36%
Q4 環比	6%	3%	6%

數據來源: wind, 百川指數

1.6.2022煤炭供需：供需總體平衡，煤價中樞抬升

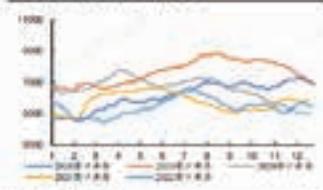
動力煤庫存小幅增加。2022年12月1-15日統調電廠存煤1.76億噸，2021年12月22日統調電廠存煤1.68億噸，全年電廠庫存增加800萬噸。CCTD港口庫存2022年12月26日為5530萬噸，2021年12月27日庫存為5931萬噸，全年港口庫存下降401萬噸。在煤價高位政策強力保供背景下，預計煤礦端庫存保持低位變化不大，動力煤庫存總體增加399萬噸。

圖 12: 2022 統調電廠庫存 (萬噸)



數據來源: 百川指數

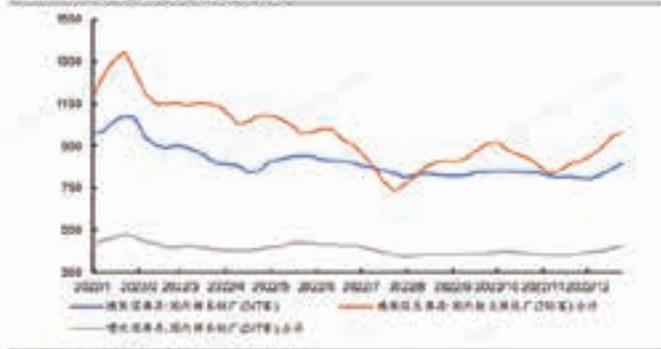
圖 13: 煤炭港口庫存 (萬噸)



數據來源: 百川指數

焦煤與噴吹煤庫存小幅下降。鋼廠煉焦煤庫存2022年12月30日864萬噸，1月7日1006萬噸，下降142萬噸。焦化廠煉焦煤庫存2022年12月30日1013萬噸，1月7日1188萬噸，下降175萬噸，鋼廠噴吹煤庫存2022年12月30日471萬噸，1月7日486萬噸，下降15萬噸。焦煤與噴煤庫存總體下降332萬噸。

圖 14: 焦煤與噴吹煤庫存 (萬噸)

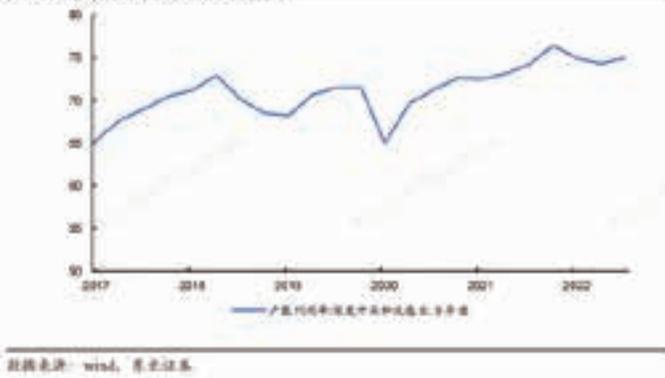


數據來源: 百川指數

總體庫存基本維持不變。2022年動力煤庫存增加399萬噸，焦煤與噴吹煤庫存下降332萬噸，庫存總體增加67萬噸，全年煤炭庫存基本維持不變，煤炭供需總體平衡。根據煤炭市場網統計，今年前11月商品煤消費量39.3億噸，累計同比增速為0.8%，全年大約增加商品煤消費量3400萬噸。根據統計局資料，今年前11月原煤產量40.94億噸，同比增加9.7%，全年大約增加4億噸原煤產量，考慮到部分今年產能核增煤礦之前已釋放產量但沒有統計，實際煤炭產量增速或低於9.7%。今年前11月進口煤及褐煤2.62億噸，同比下降-10.1%，全年大約減少3000萬噸。在今年需求小幅增長，產量較高增長，進口小幅下降的情況下，總體煤炭供需趨於平衡。

煤炭產能利用率維持高位。2021年四季度煤炭行業產能利用率最高達到76.4%。2022年一、二季度產能利用率有所下滑，分別為74.9%、74.3%。2022年三季度回升至75%。高產能利用率導致了煤炭的高價格。

圖 15: 煤炭行業生產能力利用率 (%)



2022年不同煤種煤炭全年均價相比2021年均出現增長，噴吹煤價表現最好。2022年環渤海動力煤均價上漲48%漲幅最大，但受政策限價影響很多動力煤煤企無法按市場煤價銷售。山西長治噴吹煤價上漲30%，上漲423元/噸。山西呂梁主焦煤價格同比漲幅18%，上漲380元/噸。晉城無煙煤上漲239元/噸，同比上漲23%。

表 10: 不同煤種全年平均價

	環渤海動力煤 (元/噸)	山西呂梁主焦煤	山西長治噴吹煤	晉城無煙煤
2022 均價 (元/噸)	362	1167	986	187
2021 均價 (元/噸)	278	1181	888	161
2020 均價 (元/噸)	362	2586	1881	1681
2019 均價 (元/噸)	1278	2486	1826	1282
2018 均價	-2%	-23%	-17%	-83%
2017 均價	6%	70%	74%	76%
2016 均價	48%	9%	5%	23%

2. 展望2023：需求超預期供給受限，煤價中樞有望抬升

2.1. 需求：新一輪地產週期開啟，需求有望超預期

房地產政策轉向類似2008/2015年，地產有望開啟新一輪景氣週期。2022年中央經濟工作會議優先提到2023年重點工作擴大需求，同時把住房改善放在刺激消費的首位。相較近兩年中央經濟工作會議的表述，地產政策支持力度大幅增加。12月15日國務院副總理劉鶴在第五輪中國－歐盟工商領袖和前高官對話上發表書面致辭提到對於明年中國經濟實現整體性好轉，我們極有信心。房地產是國民經濟的支柱產業，正在考慮出台新的措施。回顧歷史，2015年中央經濟工作會議專門提到化解房地產庫存，此後地產投資迎來拐點。2008年中央經濟工作會議提到要把滿足居民合理改善居住條件願望和發揮房地產業支柱產業作用結合起來，發揮房地產在擴大內需中的積極作用，2009年地產投資迎來拐點。當前

地產投資正處於行業景氣底部，政策轉向有望開啟新一輪地產景氣週期。

表 12: 歷史中央經濟工作會議及房地產政策對比

會議	地產政策
2008 中央經濟工作會議	擴大房地產市場需求，增加房地產開發投資，促進房地產市場復甦。同時要加強房地產市場監管，嚴厲打擊囤積居奇、炒房等投機性需求，穩定房地產市場秩序。要加強房地產市場監管，嚴厲打擊囤積居奇、炒房等投機性需求，穩定房地產市場秩序。
2009 中央經濟工作會議	要積極擴大房地產市場需求，增加房地產開發投資，促進房地產市場復甦。同時要加強房地產市場監管，嚴厲打擊囤積居奇、炒房等投機性需求，穩定房地產市場秩序。
2010 中央經濟工作會議	要積極擴大房地產市場需求，增加房地產開發投資，促進房地產市場復甦。同時要加強房地產市場監管，嚴厲打擊囤積居奇、炒房等投機性需求，穩定房地產市場秩序。
2011 中央經濟工作會議	要積極擴大房地產市場需求，增加房地產開發投資，促進房地產市場復甦。同時要加強房地產市場監管，嚴厲打擊囤積居奇、炒房等投機性需求，穩定房地產市場秩序。
2012 中央經濟工作會議	要積極擴大房地產市場需求，增加房地產開發投資，促進房地產市場復甦。同時要加強房地產市場監管，嚴厲打擊囤積居奇、炒房等投機性需求，穩定房地產市場秩序。
2013 中央經濟工作會議	要積極擴大房地產市場需求，增加房地產開發投資，促進房地產市場復甦。同時要加強房地產市場監管，嚴厲打擊囤積居奇、炒房等投機性需求，穩定房地產市場秩序。
2014 中央經濟工作會議	要積極擴大房地產市場需求，增加房地產開發投資，促進房地產市場復甦。同時要加強房地產市場監管，嚴厲打擊囤積居奇、炒房等投機性需求，穩定房地產市場秩序。
2015 中央經濟工作會議	要積極擴大房地產市場需求，增加房地產開發投資，促進房地產市場復甦。同時要加強房地產市場監管，嚴厲打擊囤積居奇、炒房等投機性需求，穩定房地產市場秩序。

房地產信貸、債券、股權支持政策三箭齊發。9月29日，央行、銀保監會通知，決定階段性調整差別化住房信貸政策，對於居民合理購房需求的「第一支箭」信貸支持力度增強，銀行對地產信貸支持與授信額度持續加大。11月8日，中國銀行間市場交易協會繼續推進並擴大民營企業債券融資支援工具，以「第二支箭」支持包括房地產企業在內的民營企業發債融資。11月23日，央行、銀保監會正式發佈《關於做好當前金融支持房地產市場平穩健康發展工作的通知》即「金融16條」，國有6大行率先向優質房企提供萬億元級授信額度。11月28日，證監會實施五項措施保障房企融資，包括恢復涉房上市公司並購重組及配套融資、恢復上市房企和涉房上市公司再融資、調整完善房地產企業境外市場上市政策、進一步發揮REITs盤活房企存量資產作用、積極發揮私募股權投資基金作用。時隔12年再次放開房企再融資，「第三支箭」落地。

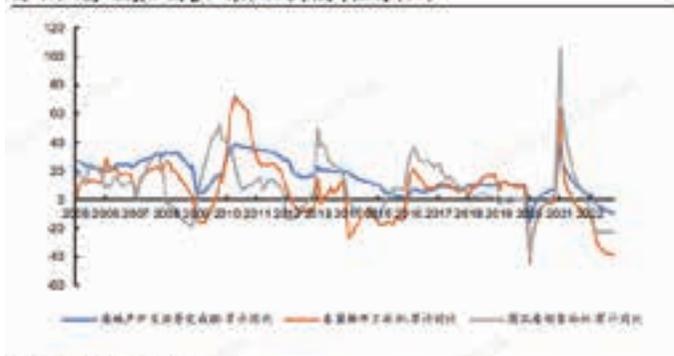
表 13: 地產支持政策總結

日期	地產支持政策
2022 年 9 月 29 日	央行、銀保監會通知，決定階段性調整差別化住房信貸政策，對於居民合理購房需求「第一支箭」信貸支持力度增強，銀行對地產信貸支持與授信額度持續加大。
2022 年 11 月 8 日	中國銀行間市場交易協會繼續推進並擴大民營企業債券融資支援工具，以「第二支箭」支持包括房地產企業在內的民營企業發債融資。
2022 年 11 月 23 日	央行、銀保監會正式發佈《關於做好當前金融支持房地產市場平穩健康發展工作的通知》即「金融16條」，國有6大行率先向優質房企提供萬億元級授信額度。證監會實施五項措施保障房企融資，包括恢復涉房上市公司並購重組及配套融資、恢復上市房企和涉房上市公司再融資、調整完善房地產企業境外市場上市政策、進一步發揮REITs盤活房企存量資產作用、積極發揮私募股權投資基金作用。
2022 年 11 月 28 日	證監會實施五項措施保障房企融資，包括恢復涉房上市公司並購重組及配套融資、恢復上市房企和涉房上市公司再融資、調整完善房地產企業境外市場上市政策、進一步發揮REITs盤活房企存量資產作用、積極發揮私募股權投資基金作用。

地產政策轉向、疫情防控放鬆推動地產企穩回升。2022年前11月地產投資同比下降9.8%，房屋銷售面積同比下降23.3%，新開工面積同比下降38.9%。地產主要資料整體處於歷史最差水準。造成當前地產困境的主

要原因是此前地產限制政策以及疫情影響。當前地產政策已轉向支持，疫情防控政策逐步放開，地產行業有望迎來景氣回升拐點。

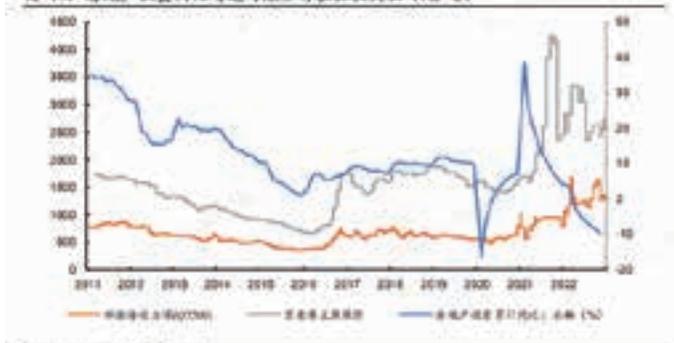
圖 17: 地產投資、銷售、新開工处于底部區域 (%)



數據來源: wind, 宏觀經濟

地產企穩回升有望帶動煤炭需求以及煤價上行。從歷史資料看，地產投資與煤價具有較強的相關性。2015年底地產投資增速降至1%，此後伴隨地產去庫存政策落地，地產投資增速持續上行，最高至2019年4月11.9%。動力煤與焦煤價格從2016年開始企穩回升。動力煤高點在2018年2月，焦煤價格高點在2019年3月。2019年4月後隨著房地產投資增速持續下降，煤炭價格開始趨勢性走弱。2020年煤價開啟上漲同樣伴隨地產投資增速走高。此外，地產投資對焦煤價格影響更大，2019年地產投資增速的高點與焦煤價格高點更為接近，2022年3月後地產投資開始負增長，焦煤價格此後走勢弱於動力煤。

圖 18: 房地產投資同比增速与煤价存在强相关性 (元/吨)

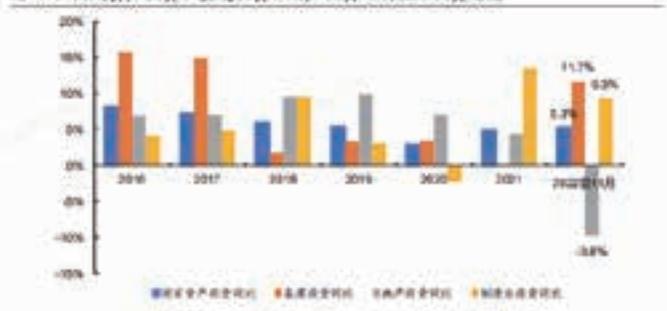


數據來源: wind, 宏觀經濟

基建、製造業投資增速維持高位支撐煤炭需求。除地產外，基建投資和製造業投資也會影響煤炭需求。2022年前11月固定資產投資增速為5.3%，高於2021年全年增速4.9%，主要得益於基建投資增速從2021年的

0.2%上升至11.7%，對沖地產投資的大幅下滑，同時製造業投資增速維持在9.3%的較高水準。2023年以擴大需求為政策目標，預計2023年基建投資與製造業投資仍將維持高位支撐煤炭需求。

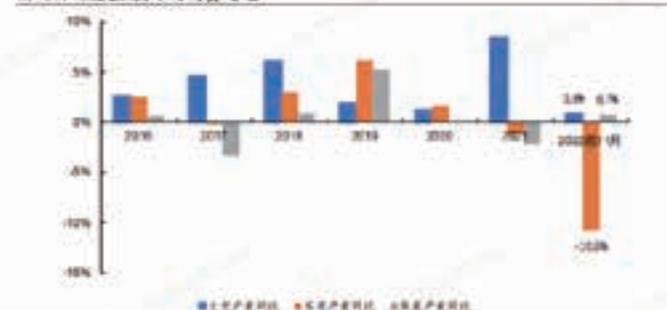
圖 19: 固定資產投資、基建投資、地產投資與製造業投資增速



數據來源: wind, 宏觀經濟

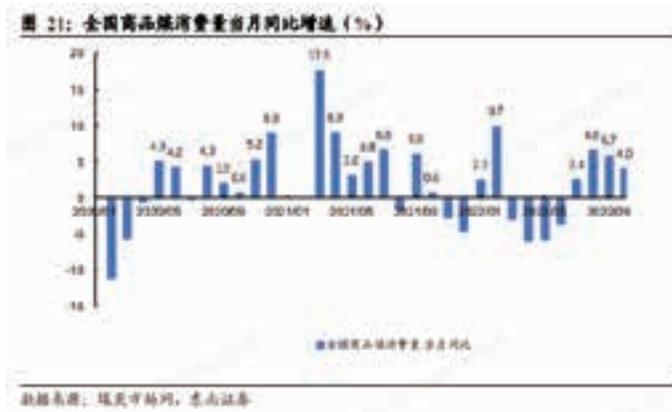
煤炭主要下游消費增速預測。2022年前11月火電產量同比增長0.8%，焦炭產量同比增長0.7%。基建與製造業投資維持高位，對火電、鋼鐵消費提供較強支撐，水泥產量累計同比下降10.8%主要受到地產拖累。2023年預計地產企穩回升，火電產量增速有望回升至5%，水泥產量增速回升至3%，焦炭產量增速回升至3%。

圖 20: 煤炭主要下游消費增速

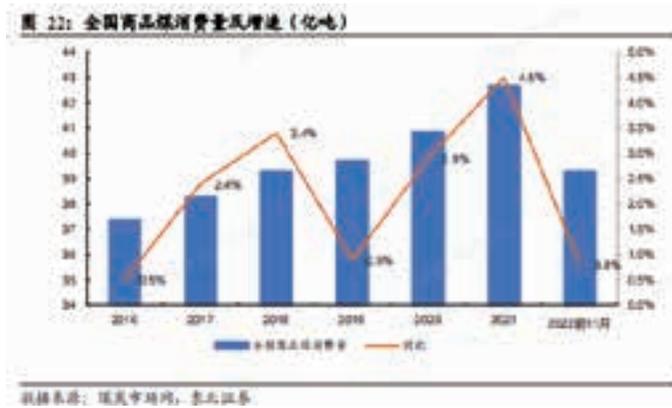


數據來源: wind, 宏觀經濟

2020年5月至2021年9月，經濟處於疫後經濟回升期。在此期間煤炭月度消費量同比增速大多在4%-6%。2022年8-10月，煤炭月度消費量同比增速再次回到正增長，分別為6.6%、5.7%、4.0%。8-10月火電產量分別增長14.8%、6.1%、3.2%，焦炭產量分別增長-2.5%、5.4%、6.9%。水泥產量分別增長-13.1%、1%、0.4%。三大下游需求增速均有所改善。考慮到8月可能受極端高溫天氣影響，但9、10月天氣轉涼，更多是下游需求恢復帶動煤炭消費增長。



預計2023年煤炭消費量同比增加4%。2023年與2021年需求背景較為類似，均處於疫後經濟回升期。不同之處是2021年海外需求較好，國內有壓低需求。地產、基建投資增速均回落，製造業投資攀升。2023年雖然海外需求在美國加息下有所回落，但國內需求刺激力度較2021年更大，預計地產投資回升，基建和製造業投資維持高位，結合8-10月煤炭消費當月同比增速位於4%-7%區間，預計2023年煤炭消費增速為4%。



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