



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5月

本期焦點

3 探索Web3.0：數字時代的新篇章

公司透視

- 6 海通恆信發佈年度業績：財務數據表現 亮眼樹立高質量發展標杆
- 8 湖州燃氣發佈年度業績：低碳轉型前景廣闊
- 10 三一國際2022年凱歌高奏：海外業績迭創新高
- 12 雅迪控股發佈2022年度業績：銷售、收入及利潤均創紀錄
- 13 大唐環境2022年報出爐：各業務板塊穩步發展
- 15 華電國際發佈2022年度報告：堅持穩中求進 高質量發展
- 16 中國保險市場現巨大增長潛力 陽光保險呈高質量發展
- 18 康基醫療控股有限公司宣佈二零二二年度業績
- 20 中升集團公佈2022年度業績：各業務板塊發展勢頭良好
- 23 中國玻璃公佈2022年度業績：浮法主業穩中前進
- 26 深高速公佈2022年全年業績：經營大局穩定 未來前景看好
- 29 深圳投控灣區發展有限公司宣佈2022財政年度全年業績

股壇速遞

- 31 天津銀行：踐行ESG理念 推動可持續發展
- 33 中國重汽：2022年運營品質大幅提升 問鼎「雙第一」
- 35 國藥控股：轉型與創新同頻共振 龍頭地位堅如磐石
- 36 青島港：經營業績大幅增長 「樞紐港」地位更加穩固
- 37 寧滬高速：各項業務穩健發展 高質量發展邁上新台阶
- 39 美麗田園：有序推進門店網絡擴張
- 40 龍湖集團：彰顯經營韌性 財務結構穩健

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。

- 41 易鑫集團：2022年淨利潤約3.71億元 同比增1181%
- 42 三一國際2022年續創佳績 戰略成果斐然
- 44 行業轉暖疊加爆款內容支撐 歡喜傳媒業績邊際改善可期
- 45 呷哺呷哺全面啟動新模型 擴張開啟新一輪增長
- 48 FBR顆粒硅獨當一面！協鑫科技研發投入繼續飆升62%
- 50 金嗓子喉片獲2022年度中國OTC中成藥咽喉類第一名！
- 52 興証國際聯合母公司興業證券 舉辦2023年海外資本論壇
- 54 堅持可持續發展 筆克遠東可積極關注

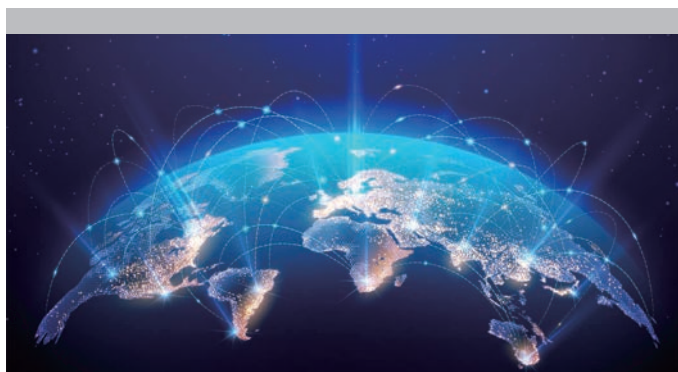
財經點將

- 55 九毛九持續擴張 為疫情後的業務復甦做好準備
- 56 渤海銀行資產規模穩中有進 數字化轉型成效凸顯
- 57 新能源項目全面提速 華能國際業績騰飛在即
- 58 中国国航邊際改善曙光漸現 多重利好提振民航業未來可期

行業解構

- 59 銀行2023年度策略：春江水暖，萬象更新
- 64 物管行業2023年策略報告：築底改善可期，精選優質標的
- 69 醫藥行業2023年度投資策略報告：新時代下的慢牛起點，醫藥消費與製造共復蘇

探索Web3.0：數字時代的新篇章



風口之上，Web3.0時代即將踏浪而來！

最近，Web3.0在香港社交媒體上持續刷屏，成為熱議的焦點。這波由區塊鏈技術發展所引起的互聯網技術變革，正在滲入產業發展的各個環節，並改變原有的商業運作模式，創造出更多的發展機遇。

何為WEB3.0？

Web3.0被定義為一個基於區塊鏈技術與分散式網絡相結合的新興互聯網範式，致力於實現去中心化、用戶主權、數據隱私和應用的互通性，主要以區塊鏈、元宇宙、NFT等為載體，提供更多的信息所有權和價值分配功能。

在Web1.0時期，用戶只是內容的接收者，被動地接受平台資訊的投餵，谷歌、雅虎、搜狐、新浪等廣為人知的門戶網站均誕生於這一時期。Web2.0時期也是我們現在正在經歷的階段，在這個時期，用戶不再是單純的內容接收者，而是可以通過平台，自主創造內容，並與平台以及他人進行互動與協作。隨著互聯網行業的發展以及信息技術的進步，Web2.0也在持續進化，比如利用AI及演算法，對用戶行為進行分析學習，進而推薦針對性內容。不過，同Web1.0一樣，Web2.0依然是一個專有、封閉的網絡，用戶並未真正擁有這些平台上的數據。

與Web1.0和Web2.0不同，Web3.0不僅是一場技術變革，更是一場商業和用戶模式的革新。在Web3.0中，用戶可以直接參與到網絡的運營和管理中，用戶所創造的數字內容，其歸屬權、控制管理權均由用戶所有，其所創造的價值，根據用戶與他人的協議進行分配。這意味著，Web3.0將打破平台對信息管理和演算法的壟斷，化整為零，徹底改變用戶與平台間的權利義務關係。

以元宇宙為例，用戶在元宇宙里的數字資產權益由NFT確定與保障，NFT將作為Web3.0上重要的通證權益，這使得用戶可以自由地在元宇宙里進行添加、修改、編輯自己的小空間，再對小空間進行出租、展覽、出售等行為而獲益。

值得注意的是，人工智能將是Web3.0最核心的特點之一。在Web3.0生態之下，數據將以去中心化的方式互連，人類和機器人都將能夠與數據進行交互。Web3.0的基礎設施之一，智能生態網絡(IEN)可以將人工智能演算法和決策分散在網絡中的多個節點上，從而實現更加高效和可靠的決策。在Web3.0廣泛的智能機器加持下，未來所有的社會活動、商業活動，以及個人的日常生活，都將發生深刻的變化。



WEB3.0的應用方向？

歷史的車輪滾滾向前，技術的發展和進步從不以人類的意志為轉移。站在互聯網從Web2.0向Web3.0演變的重要時點，加強對Web3.0的前瞻研究和戰略預判，對企業或組織在未來的競爭中保持優勢和創造價值，無疑具有重要意義。未來，Web3.0將在哪些方面改變原有的商業運作模式？未來的機會點又在何處？

區塊鏈及數字貨幣

區塊鏈技術是Web3.0的基礎，它可以將數據和交易記錄存儲在一個去中心化的數據庫中，使其不可篡改和透明化。這使得區塊鏈技術具有很高的安全性和可靠性，因此被廣泛應用於數字貨幣領域。Web3.0將會促進數字貨幣的發展，從而推動數字經濟的發展和應用。數字貨幣的發展將會使得金融服務更加去中心化和民主化，從而促進金融服務的全球化和普及，使得更多人可以獲得金融服務。

去中心化金融(DeFi)

去中心化金融(DeFi)是Web3.0的另一個重要應用領域。DeFi是一種基於區塊鏈技術的金融服務，它可以提供去中心化的金融產品和服務，例如借貸、保險、交易等。與傳統金融機構不同，DeFi沒有中央機構控制其運營和管理，而是由智能合約來執行和管理交易，從而實現了去中心化的金融服務。

Web3.0將會推動(DeFi)的發展，從而改變傳統金融機構的運營和管理方式。DeFi將會降低金融交易的成本和提高效率，使得金融服務更加便捷和低成本。此外，DeFi還可以為那些無法獲得傳統金融服務的人群提供服務，從而促進金融服務的普及和可訪問。

去中心化自治組織(DAO)

去中心化自治組織(DAO)是Web3.0的另一個重要應用領域。與傳統組織不同，DAO沒有中央機構控制其運營和管理，而是由智能合約來執行和管理決策。

DAO的出現將會對組織形式和管理方式產生深遠的影響。首先，DAO可以實現去中心化的決策和管理，從而使得組織更加民主化和透明化。其次，DAO可以為那些不信任中央機構的人提供服務，例如那些擔心政府或公司控制的人。最後，DAO可以促進組織的全球化，使得組織更加適應多元化的社會和經濟條件。

數據隱私和安全

數據隱私和安全是Web3.0的一個重要優勢。由於Web3.0是一個去中心化的網絡，Web3.0不需要使用者將其數據和隱私交給中心機構，而是通過區塊鏈技術和加密演算法來保護使用者的數據和隱私，從而減少了數據洩露和濫用的風險。

實際上，Web3.0的應用場景及所實現的功能遠不止這些。隨著Web3.0技術的快速發展，Web3.0將在更多行業發揮出巨大作用。



政府和資本紛紛下場 搶佔發展紅利

面對Web3.0帶來的廣闊發展空間，不少地方和政府正在積極佈局，以追逐Web3.0所帶來的產業革新機會。

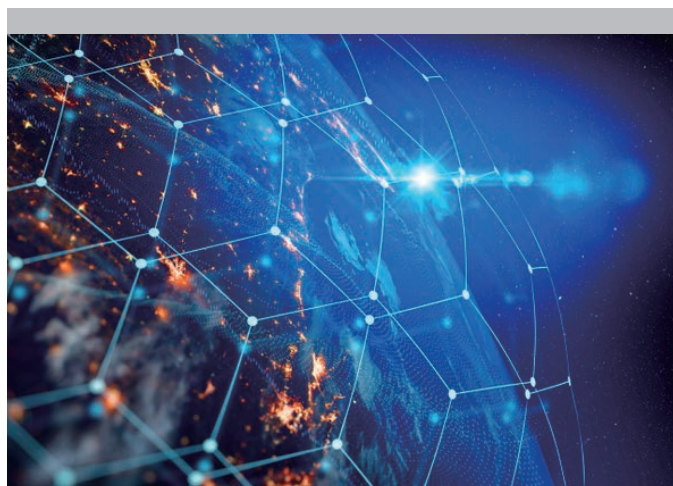
以香港為例，今年以來，香港政府對Web3.0的發展給予了空前的支持力度。今年年初，香港成立「數碼港Web3.0基地」，以更好地凝聚全球Web3.0的初創企業及人才。香港政府新一份《財政預算案》公佈，撥款5000萬港幣給數碼港，加速推動香港Web3.0生態圈的發展。

4月11日，由中移動國際、中移動香港、招商輪船、香港華為和香港科技大學等5家單位聯合發起創辦的香港Web3.0協會正式成立，致力於豐富Web3.0應用場景，推動Web3.0融入生活，助推香港經濟革新，提升社會福祉，將香港建設成為全球領先的Web3.0智慧城市及安全和可持續的數碼金融中心。香港特首李家超和北京中央駐港聯絡辦公室部分領導出席了成立典禮，足以表明香港政府對Web3.0產業發展的重視。

4月14日，香港宣佈設立Web3Hub基金，香港財政司司長陳茂波擔任主席，多位來自金融科技、區塊鏈、加密貨幣等領域的專家組成管理委員會。據悉，Web3Hub基金將於香港科技園、創新科技署等機構合作，為海外Web3.0企業提供一站式服務。

種種舉措，反映了香港政府發展Web3.0的決心，有助於香港金融業提升效率和創新變革，從而夯實香港在國際上的金融地位和綜合競爭力。

資本市場上Web3.0同樣炙手可熱，以A16Z、紅杉資本為代表的風投大舉攻入Web3.0。公開信息顯示，A16z投資的Web3領域公司或項目涵蓋了公鏈、Layer2、DeFi、NFT、Web3遊戲、元宇宙等幾乎所有的Web3賽道。紅杉資本也不甘示弱，據不完全統計，在今年1月到4月，紅杉資本正以每週一家的投資速度，累計投資了17家Web3.0公司。



國內創投機構對Web3.0也表現出強烈的關注和興趣。今年3月份，騰訊參與投資了澳大利亞NFT初創公司Immutable，估值25億美元，一躍成為獨角獸；阿里收購的南華早報也成立了一家NFT公司Artifact Labs；更早前，TikTok在Immutable X支援的專用網站放置NFT，以避免區塊鏈能源問題。

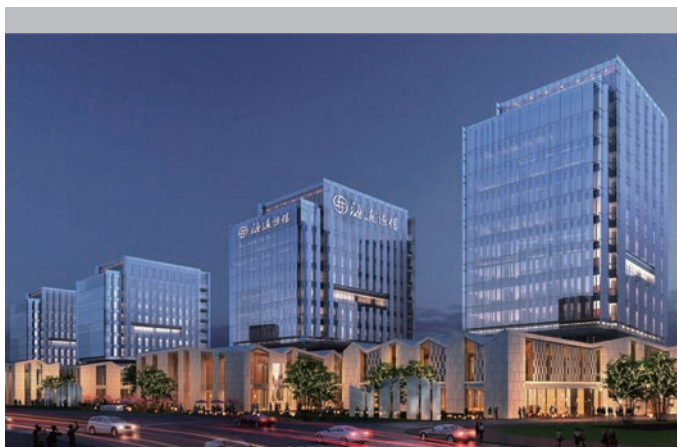
類似的事件還在不斷上演。據PANews融資週報數據統計，今年1月2日至5月21日，全球區塊鏈融資事件達到558件。根據market research future的預測，到2023年，Web3.0區塊鏈技術領域的價值將超過6萬億美元。

可以預見，隨著資本市場不斷加大對Web3.0的投入，以及各地政府對Web3.0的大力推動，Web3.0的發展有望進一步提速，應用場景也將持續擴充。

結語：

曾經，Web1.0到Web2.0的轉變，第一次使人們的生活從現實世界向數字世界遷移，深刻改變了商業世界的業務模式。而Web3.0的興起，將重新定義「數字時代」，吹響新革命時代的號角，為社會帶來更多的創新與蛻變。站在時代變革的節點，如何找準自身定位，抓住發展機遇，將是全社會需要思考的議題。

海通恆信發佈年度業績： 財務數據表現亮眼 樹立高質量發展標杆



Although the international economic and political situation is complex and changeable in 2022, as the impact of the epidemic gradually weakens and the external environment gradually improves, the Chinese financing leasing industry has also ushered in greater development opportunities and broader development space. On March 30th of this year, China's large-scale financing leasing company, Haitong UniTrust International Leasing Corporation (referred to as "Haitong UniTrust" or the "Company", stock code: 1905.HK) released its annual performance announcement, showing continued expansion of its business scale and steady growth in performance.

2022年，國際經濟政治格局複雜多變，新冠疫情影響廣泛深遠，世界主要經濟體貨幣政策持續收緊，世界經濟陷入低迷期。隨著疫情影響逐步減弱，外部環境逐漸回暖，國家產業結構不斷升級及擴大內需戰略堅定實施，強監管引導下行業環境顯著改善，中國融資租賃行業也迎來更大的發展契機和更廣闊的發展空間。

今年3月30日，中國大型融資租賃公司—海通恆信國際融資租賃股份有限公司(下稱「海通恆信」或「公司」、股份代號：1905.HK)發佈年度業績公告，業務規模持續擴大，資產規模不斷增長，業績穩健向好。截至2022年末，公司資產總額達到人民幣124,513.7百萬元，較上年末增長8.5%；權益總額達到人民幣18,826.7百萬元，較上年末增長6.9%。2022年，公司實現收入總額人民幣8,524.6百萬元，同比增長4.2%；實現年度溢利人民幣1,532.9百萬元，同比增長8.5%。

積極服務實體經濟持續優化資產配置

面對世界變局加快演變、新冠疫情反覆等多重考驗，海通恆信始終堅持以黨建為引領，強化企業責任擔當，立足大局、主動作為、超前謀劃，緊跟國家戰略及政策導向，切實立足租賃本源，充分運用金融科技手段，全力保障公司規模與收益的穩健增長。

業績穩健向好離不開資源的合理配置。海通恆信秉持服務實體經濟的宗旨，深耕屬地化區域佈局，不斷優化資產結構。公司緊跟國家產業政策，保持對城市公用、能源環保等行業投放力度，鼓勵發展「高端裝備製造」、「綠色租賃」、「數字經濟」等戰略新興行業。

2022年，公司實現業務投放人民幣715.74億元，同比增長7.2%。其中，海通恆信持續加大「專精特新」客戶合作力度，相關高端裝備製造業務全年投放超人民幣140億元，投放佔比近20%；緊抓綠色低碳產業發展契機，大力推動綠色租賃多領域聯動創新，綠色租賃業務實現全年投放超人民幣130億元，投放佔比逐年遞增至近20%，近五年累計投放超人民幣350億元；積極探索數字經濟領域產融結合路徑，數字經濟業務全年投放超人民幣20億元。

同時，為了更好地踐行金融服務實體經濟的初心使命，海通恒信積極響應國家號召，引導資本市場和金融機構資金流向小微企業、科技創新、綠色低碳等領域。2022年，公司成功發行行業首單科創公司債、行業首單科技創新可續期公司債、上海地區行業首單ESG掛鉤銀團貸款等創新融資工具，獲得2022年度上海證券交易所「資產證券化業務優秀發起人」和「資產證券化創新業務優秀發起人」稱號，榮膺第七屆CNABS中國資產證券化年度獎「金桂獎」之最佳原始權益人機構獎。

提升風險合規管控能力 融資成本持續降低

降低企業風險能更好地提高行業競爭力。海通恒信始終秉持謹慎的風險管理理念，完善全面風險管理體系，製定ESG風險管理辦法，實現對客戶ESG管理水平量化評價，著力推動公司實現穩增長和防風險的長期均衡；全面啟動「合規內控文化建設」活動，強化全員合規意識，不斷提升公司合規內控管理水平。於2022年12月31日，公司的不良資產率為1.09%，不良資產撥備覆蓋率為252.02%，資產質量總體保持穩定，風險抵禦能力較強。

拓寬多元穩定的融資渠道，有利於引導優質資金支持海通恒信的業務開展。2022年度，海通恒信融資能力不斷提升，融資成本有效降低，不斷創新融資工具，保持流動性風險合理可控，不斷優化負債結構，提升資金使用效率，實現資產負債良性循環。公司充分發揮信用優勢，創新優化融資模式，實現融資提款人民幣735億元，其中直接融資人民幣360億元，佔比49%；計息負債平均付息率為3.73%，同比下降0.20個百分點，融資成本進一步降低。截至2022年12月31日，海通恒信與76家金融機構建立授信關係，累計獲得授信額度約為人民幣1,163億元，其中未使用的授信餘額約為人民幣559億元。

得益於宏觀調控政策的精準實施及疫情防控政策的優化調整，預期2023年中國經濟與金融環境將保持總體穩定，戰略新興行業有望穩步向好，這些條件將為融資租賃行業的持續健康發展創造良好的市場環境。對此，海通恒信將以更高的站位、更寬的視野、更大的格局，邁向打造標桿式融資租賃公司的高質量發展之路。

湖州燃氣發佈年度業績： 低碳轉型前景廣闊



In 2022, the international energy supply and demand situation is complex and severe. Facing the impact of the international market and the overall situation of high prices and tight volumes in the domestic natural gas supply and demand pattern, Huzhou Gas Co., Ltd. (hereinafter referred to as “Huzhou Gas” or The “Company”, stock code: 06661.HK) is based on the development goal of “Double Carbon”, coordinates development and safety, continuously improves the production, supply, storage and sales system, consolidates the foundation of the main business of gas equipment installation and natural gas sales, to meet the economic and social development of the incremental demand for clean energy.

二零二二年，國際能源供需形勢複雜嚴峻，在面對國際市場衝擊，以及國內天然氣供需格局整體呈現價高量緊的態勢下，湖州燃氣股份有限公司（下稱「湖州燃氣」或「公司」，股份代號：06661.HK）立足「雙碳」發展目標，統籌發展和安全，不斷完善產供儲銷體系，夯實燃氣設備安裝及天然氣銷售主營業務基礎，滿足經濟社會發展對清潔能源增量需求。

2004年及2009年以來，湖州燃氣一直分別為其於湖州吳興區及南潯區的經營區域內的管道天然氣獨家分銷商。公司的主要業務包括根據湖州市政府部門授予特許經營權銷售燃氣（主要包括管道天然氣）、提供建設及安裝終端用戶管道網絡及燃氣設施服務以及其他（包括銷售家用燃氣電器）。於2022年7月13日，湖州燃氣在港交所主板上市，成為港股燃氣板塊的一員。

近期，湖州燃氣發佈2022年度業績公告。公告顯示，截至2022年12月31日，公司是中國浙江省湖州市最大的管道天然氣分銷商，在於湖州的經營區域內運營的天然氣管網長度約1,442公里。公司服務的居民用戶及工商業用戶數分別為257,866戶及3,422戶，銷氣量約為562.33百萬立方米，較上年同期上漲約2.83%。

財務表現方面，2022年，湖州燃氣收入為人民幣2,579.46百萬元，較上年增加38.77%；公司擁有人應佔利潤為人民幣104.09百萬元；董事會建議派發末期股息為每股人民幣0.30元。另外，流動資產金額為人民幣1,218.62百萬元，其中現金及銀行結餘相當於人民幣1,079.70百萬元，現金儲備充裕。

近年來，全球能源系統低碳轉型給天然氣產業帶來廣闊的發展前景。國務院發佈《2030年前碳達峰行動方案》，提出要推動天然氣在更多領域和行業中替代煤炭、石油等化石能源，加快實現「雙碳」目標；將天然氣納入能源轉型重點領域。湖州燃氣積極開展業務佈局，實現多能協同供應和能源綜合梯級利用，優化清潔能源綜合運營和多能互補，在促進減汙降碳方面發揮更大作用。2022年度，湖州燃氣投資建設的童心印花產業園分散式光伏發電項目順利通過並網驗收，投產後，每年可提供清潔能源電力282.49萬kWh，為實現「雙碳」目標做出積極貢獻。

於投資建設方面，2022年度，湖州燃氣成立控股子公司湖燃新能源開發有限公司，並在南潯、德清成立全資子公司，主要著力於分散式光伏項目的投資建設，完成光伏佈局；LNG應急儲配站項目於2022年度完成工程竣工驗收，占地面積33.65畝，項目投運後與川氣門站、西氣門站互聯互通，形成「三氣源」保障，能夠保證市中心城區天然氣安全穩定供應。

由中國石油企業協會等聯合發佈的《中國天然氣行業年度運行報告藍皮書》預測，2023年中國天然氣消費量為4440.57億立方米，增量為778億立方米，增長21.23%，且中國持續推進新型工業化和城鎮化，將帶動能源和天然氣需求剛性增長。在此背景下，湖州燃氣將以優化經營區域燃氣管網佈局為目標，緊跟國家產業政策的方向努力，推動燃氣設備安裝及天然氣銷售主營業務朝著更高質量的方向發展。

三一國際2022年凱歌高奏： 海外業績迭創新高



近期，三一重裝國際控股有限公司(下稱「三一國際」或「公司」，股份代號：00631.HK)發佈截至2022年12月31日止年度業績公告。2022年，面對疫情和國際地緣政治緊張等國內外不利因素的衝擊，三一國際克服諸多困難，數智化、電動化及國際化戰略取得突出成效，多款智能化、電動化產品下線，主要產品保持行業領先位置，且多數產品憑藉過硬的質量和優質的服務，市佔率穩步提升。

公告顯示，截至2022年12月31日止年度，三一國際實現收入約人民幣15,536.7百萬元，較截至2021年12月31日止年度約人民幣10,194.6百萬元上升約52.4%。毛利約為人民幣3,628.3百萬元，毛利率約為23.4%。經調整母公司擁有人應佔溢利約人民幣1,664.9百萬元，同比增長約50.2%。

從主要經營亮點來看，2022年，三一國際業務佈局進一步深入，客戶規模不斷擴大，發展呈現三大特色。一方面，數智化戰略快速推進，智能化產品研發成果顯著；另一方面，電動化產品加快上市，全面領跑電動化賽道；此外，國際化深入拓展，海外業績屢創高點。

礦山裝備方面，公司智能掘進機銷售實現翻倍增長，開發基於數字孿生技術的綜掘智能控制系統，達到國內領先水平。智能採煤機全型譜覆蓋，在山西、安徽等多個煤礦集團實現應用，累計銷售破百台。智慧礦山無人駕駛運營里程超30萬公里，綜合運行效率達88%。

物流裝備方面，公司自動化軌道式龍門起重機簽訂總金額近10億元訂單，具備箱區自動掃瞄等先進設計，作業達到國內領先水平。交付天津港14台自動化輪胎吊，打破作業效率紀錄，完成國內首個成功運行的鐵路自動化軌道吊項目，入選行業創新案例。

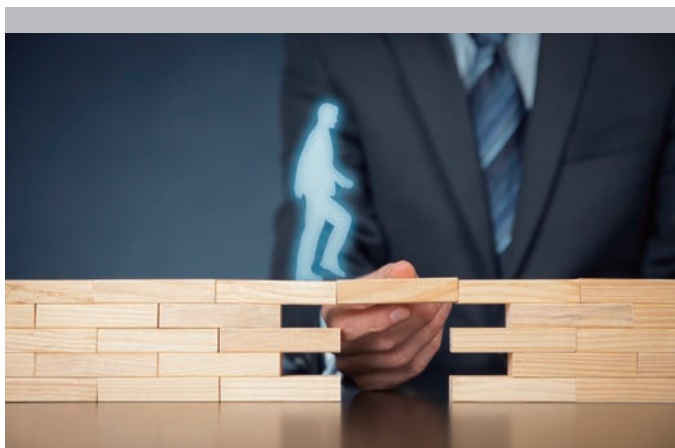
機器人方面，公司不斷推出引領行業發展的新產品，開發配備智能化系統的王牌C6電動叉車；開發鋰電行業高精度、旋轉舉升自動引導車(「AGV」)；及開發電纜行業專用AGV。發佈行業首個新能源智慧倉儲物流解決方案。

公司加快新能源、大噸位礦車上市，電動輪SET150S突破中亞、非洲大客戶，簽署訂單65台；開發SET240S/320S機型將於2024年上市。SKT105EC充換電一體寬體車進入客戶試用，成為行業首個礦山換電整體解決方案。開發SKT105/125/130/160等18款大噸位寬體車。純電動礦車已在西藏、新疆、雲南、泰國等地多個礦區成功應用。全球首創的集裝箱流動港機換電應用在北部灣碼頭啟用，統一換電標準，大幅降低整體成本，打消續航不足顧慮。電動正面吊、電動堆高機、電動集卡等新能源產品在22個省份投入使用，並出口新加坡、新西蘭、印度等地主流碼頭及運營商，佔據絕對市場主導地位，累計銷售破500台。

值得一提的是，全年公司海外銷售收入持續增長，同比增幅達到101.5%，其中寬體車、掘進機、大港機及小港機等產品海外銷售快速增長。掘進機進入多個海外大客戶，收入大幅增長247.6%。寬體車海外銷售收入大幅增長135.9%，國際市場推廣獲重大突破，海外銷售收入首次實現行業第一。大噸位寬體車獲得批量海外訂單。同時，機器人業務快速拓展，進入更多智能製造企業工廠。

自3月20日業績公告發佈後，受營業收入和淨利潤雙雙大幅增長的利好提振，三一國際股價應聲上漲，走出震盪上行之勢，短線多頭動能較為充足。而從中長期來看，隨著國家「雙破」戰略的實施和「雙循環」格局的構建，先進裝備製造業仍有無比廣闊的發展空間，公司業務發展面臨重大的歷史機遇，在強大客戶群體、優異基本面的支撐下，未來成長性與確定性兼具，帶來值得憧憬的投資機會。

雅迪控股發佈2022年度業績 銷售、收入及利潤均創紀錄



Yadea Group Holdings Ltd. (“Yadea” or the “Company”, Stock Code: 1585) is pleased to announce the audited consolidated annual results for the year ended 31 December 2022. During the reporting period, the group’s revenue was 31.059 billion yuan, a year-on-year increase of 15.2%, with a gross profit of 5.614 billion yuan, a year-on-year increase of 36.9%. The group’s owner attributable profit increased by approximately 57.8% to 2.161 billion yuan. Yadea’s revenue mainly consists of the electric two wheeled vehicles and related accessories sector, as well as the battery sector. The revenue from electric two wheeled vehicles and related accessories accounted for 97.9% of the total revenue.

近日，雅迪集團控股有限公司（「雅迪控股」或「公司」及其附屬公司統稱「集團」；股份代號：1585）公佈2022年度業績。報告期內，公司營收310.59億元（人民幣，下同），同比增長約15.2%，毛利為56.14億元，同比增長約36.9%，公司擁有人應占利潤增加約57.8%至21.61億元。雅迪的營收主要由電動兩輪車和相關配件板塊，以及電池板塊構成。其中，電動兩輪車和相關配件板塊收入占總收入97.9%。

2022年，雅迪的銷售、收入及利潤創紀錄，鞏固了其在中國電動兩輪車市場的領導地位。集團於2022年推出15款新型電動踏板車及34款具有增強外觀設計、智能功能及先進性能特點的新型電動自行車。電動踏板車、電動自行車的 average 售價分別增長了154元、164元，至2022年的1816元、1429元；總銷量從2021年的1386.3萬台增至2022年的1401萬台。據統計，截至2022年底，雅迪集團在中國共有4041名分銷商，比上年增加了688名，共有超過32000個銷售點，同比淨增4000個，幾乎覆蓋中國每個行政區域。此外，雅迪在歐洲、東南亞、南美洲及中美洲地區超過80個國家建立了分銷渠道。

集團致力走在電動兩輪車行業的創新前沿，持續加大研發投入，開發核心零部件的新產品及新技術。於2022年，集團推出冠能3.0系列，其為新一代長程智能電動兩輪車，具有突破性的長效第三代TTFAR石墨烯電池，能夠循環使用1000次以上，容量較傳統鉛酸電池高30%，兼具低溫保護功能。集團亦研發出電子控制器，在抗干擾能力、三相電路平衡及過載能力等方面較傳統控制器有顯著提升。

雅迪集團表示，未來將繼續致力於以客戶為中心創新及持續提升其核心競爭力。將重點提升產品質量、優化分銷渠道及強化供應鏈能力。隨著全球電動汽車市場持續快速擴張，集團將致力把握該機遇，提高產品在全球的滲透率，同時擴大其全球佈局。

大唐環境2022年報出爐 各業務板塊穩步發展



2022年，碳達峰碳中和願景目標推動生態環保產業全面升級，煤電「壓艙石」作用為傳統業務帶來新機遇，環保行業範疇從末端治理逐步向全過程減污降碳和清潔生產延伸，實現污染治理、資源利用、節能降碳等全鏈條全覆蓋，由此衍生出來的環保行業細分領域發展空間相當可觀，大氣治理、水治理和固廢處置等業務將向著更細化、更專業化的新方向拓展。

受惠於行業發展利好，大唐環境產業集團股份有限公司（以下簡稱「大唐環境」或「公司」，股份代號：01272.HK）各業務板塊穩步發展，環保設施特許經營業務和脫硝催化劑業務繼續保持行業領先地位。按截至2022年底的累計投運機組容量計算，公司繼續穩佔中國最大煙氣脫硫及脫硝特許經營商的位置。按2022年催化劑總產量計算，繼續保持中國最大的脫硝催化劑生產商地位。

於4月26日發佈的2022年度報告顯示，截至2022年12月31日止年度，大唐環境收入為人民幣5,322.7百萬元，較2021年增加0.6%；毛利為人民幣789.4百萬元，同比增加131.2%；毛利率為14.8%，同比增加8.3個百分點；母公司擁有人應佔綜合收益總額為人民幣273.4百萬元，同比增加230.2%。

年內，公司環保設施特許經營業務在建脫硫及脫硝特許經營項目已全部轉為運營。在穩固火電行業環保領先地位的同時，積極開拓鋼鐵、水泥、冶金等非電領域的環保治理，不斷拓寬業務領域及影響力。沉著應對傳統燃煤發電行業環保業務市場規模萎縮的不利局面，在繼續保持環保設施特許經營、脫硝催化劑等核心業務國內行業領先地位的基礎上，瞄準新賽道持續發力，儲能、分佈式光伏、石膏再利用等新興產業取得新進展，在變局中革新思維、創新思路、打開新局。

環保設施特許經營業務方面，截至2022年12月31日，大唐環境脫硫特許經營累計投運裝機容量50,180兆瓦，脫硝特許經營累計投運裝機容量41,210兆瓦，脫硫委託經營項目裝機容量1,960兆瓦。其中，中國大唐集團以外項目3個，脫硫裝機容量3,240兆瓦，脫硝裝機容量1,320兆瓦。

脫硝催化劑業務方面，繼續保持平穩運行。2022年，大唐環境向中國大唐集團以外客戶銷售催化劑12,476.71立方米，簽訂合同89個，其中海外市場簽訂16個，累計銷售4,197.21立方米，玻璃建材、氧化鋁等非電行業簽訂49個，累計銷售1,268.7立方米，脫硝催化劑業務保持平穩。同時，公司在廢舊催化劑處置方面穩步推進，2022年完成10,911.6立方米廢舊催化劑處置工作。

水務業務方面，2022年簽訂水務工程項目5個，總計合同金額人民幣1.03億元。其中，簽訂武漢漢能除鹽水項目是大唐環境首次突破漢能集團市場，具有開創性意義，為後續開發該集團市場提供可靠的借鑒經驗。大唐新餘脫硫廢水零排放合同簽訂，使「低溫多效閃蒸+旋轉霧化乾燥」組合工藝將進一步得到百萬級機組上應用和驗證，有助於公司在該工藝組合技術上進一步吸收、消化和升級。

環保設施工程業務方面，2022年，公司繼續開展包括脫硫、脫硝、除塵、超低排放及工業廠區粉塵治理在內的環保設施工程業務，並積極開拓石油、焦化、鋼鐵、水泥等非電行業的環保市場。可再生能源業務方面，工程業務新簽可再生能源工程項目3個，均為光伏工程項目，裝機容量501.2兆瓦。投資業務新簽分佈式光伏發電投資項目8個，總裝機容量8.57兆瓦，計劃2023年開工建設。

根據生態環境部有關報告，到2030年全國低碳產業的產值預計將達到23萬億元，對GDP的貢獻率將超過16%，預計未來三年，中國節能環保產業投資將會增大，節能環保產業仍將保持高速發展。未來，大唐環境將加快轉型升級步伐，推進深化改革進程，推動管理效能提升，使傳統業務市場競爭能力得到重塑，新產業市場化推廣實現突破，努力將公司建設成為提供綜合能源解決方案和環境問題系統解決方案的領軍企業、一流的綜合能源環境治理服務商。

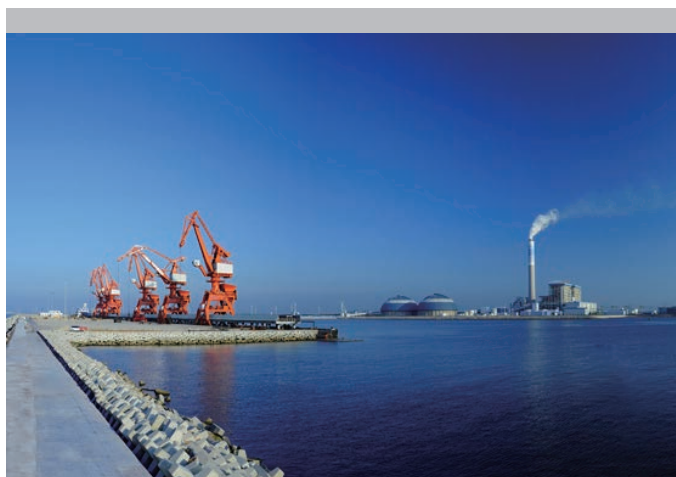
華電國際發佈2022年度報告

堅持穩中求進 高質量發展

隨著年報披露季漸進尾聲，一眾港股上市公司也相繼公開了過去一年的成績單。4月19日，華電國際電力股份有限公司（「華電國際」或「公司」），01071.HK）發佈二零二二年度報告。年內，公司積極應對複雜嚴峻的宏觀經濟形勢和國內疫情頻發散發的影響，堅持穩中求進工作基調，紮實做好保供應、穩增長、抓改革、增效益、抓創新、促規範、推發展，各項工作不斷取得新成績、邁上新台階。

公開資料顯示，華電國際為中國最大型的綜合能源公司之一，其主要業務為建設、經營發電廠，包括大型高效的燃煤、燃氣發電機組及多項可再生能源發電項目。公司在運營的發電資產遍佈全國十二個省、自治區及直轄市，地理位置優越，主要處於電力負荷中心、熱力負荷中心或煤炭資源豐富區域。

截至目前，公司已投入運行的控股發電企業共計44家，控股裝機容量約為54,754.24兆瓦，主要包括燃煤發電控股裝機約43,700兆瓦，燃氣發電控股裝機約8,589.05兆瓦和水力發電控股裝機約2,459兆瓦。



在經營業績方面，2022年，華電國際實現營業額約為人民幣1,059.60億元，比2021年度增加約4.74%。完成發電量220.93百萬兆瓦時，較上年同期增長約0.54%；完成上網電量207.05百萬兆瓦時，較上年同期

增長約0.32%；供熱量完成1.67億吉焦，較上年同期增長約16.08%。供電煤耗累計完成287.11克/千瓦時。年末資產負債率完成67.80%，保持同業上市公司優秀水平。此外，公司建議派發截至2022年12月31日止財政年度末期現金股息每股人民幣0.2元（含稅）。

在項目發展方面，公司有效應對疫情不利影響和嚴峻經營形勢，全力推動高質量發展，實現效益恢復性增長，打開「十四五」時期高質量發展的良好局面。全年投產電源項目約1,401.69兆瓦，主要包括1,340兆瓦的燃煤發電機組、56兆瓦的水力發電機組以及約5.69兆瓦的自用光伏發電機組。火電發展穩步推進，搶抓煤機發展機遇，穩健拓展優質氣電項目，大力拓展抽水蓄能項目資源，加強研究新型儲能技術，積極跟蹤相關儲能產業政策，推進地熱供暖項目。在規模實力穩中有進的基礎上，實現發展路徑的持續拓展，產業結構的調整轉型。

在安全生產方面，堅持履行社會責任，在北京冬奧委會等重要時段，全力做好安全環保和能源保供的任務。加強溝通，主動服務，為基層單位資金需求提供強有力的支撐。統籌調度資源，加強煤炭市場的分析與研判，增簽年度長協合同、優化進煤結構、加強季節性儲備以控制採購成本。落實國家安全生產要求，紮實開展安全隱患排查治理，積極推進煤電機組「三改聯動」，保持安全環保總體穩定。

在環境保護方面，嚴格履行環保責任，切實履行環保達標排放責任，加強環保設施運行維護和環保指標監控，確保污染物達標排放。編製燃煤、燃氣企業環境信息依法披露報告。加強主要能耗指標監管和降耗措施落實，機組能效持續優化，保持行業內領先水平。

展望未來，在2022年穩健發展的基礎上，華電國際將繼續貫徹新發展理念，服務構建新發展格局，以高質量發展為首要任務，紮實做好能源保供、轉型發展、提質增效、改革創新、合規管理等工作，努力做到穩中快進、穩中優進，全力打造強而大的一流能源上市公司，為投資者帶來長期、穩定的回報。

中國保險市場現巨大增長潛力 陽光保險呈高質量發展



As one of the most important growth engines in the global insurance market, China has lower insurance density and penetration rates than the global average, with overall coverage and protection levels still at a relatively low level, indicating a greater potential for improvement. In 2022, Sunshine Insurance achieved steady growth in overall business performance, and its value creation capabilities continued to strengthen. Despite the enormous pressures faced by the insurance industry in 2022, Sunshine Insurance's stable performance, as Chairman Zhang Weigong stated at the annual performance release conference, "successfully passed this high-intensity stress test," once again confirms its adherence to the development philosophy of "Stability and Excellence".

中國作為全球保險市場最重要的增長引擎之一，保險密度、保險深度均低於全球平均水平，整體覆蓋率和保障程度也尚處於較低水平，具有較大提升空間。在經濟整體向好、居民財富積累、人口老齡化等因素的推動

下，中國保險市場仍具有很大的增長潛力。且隨著經濟發展和社會各方面政策的不斷推進下，保險作為金融業的三大支柱之一，在國家經濟社會發展中的重要作用日益凸顯。

2023年3月29日，陽光保險集團股份有限公司（「陽光保險」、「公司」、股份代號：06963.HK）發佈截至2022年12月31日止年度之全年業績公告。公告顯示，2022年，陽光保險總體經營業績實現穩健增長，價值創造能力持續增強。雖然2022年保險行業承壓巨大，但是陽光保險的穩健業績表現，正如其董事長張維功先生在年度業績發佈會上的發言：「陽光保險順利度過了這一高強度的壓力測試」，再一次印證了陽光保險堅持「穩字當頭、好字當頭」的發展理念。

陽光保險旗下業務主要分為三個板塊，陽光人壽、陽光財險以及陽光資管。陽光人壽經營壽險與健康險業務，為客戶提供人壽保險、健康保險和意外保險等產品；陽光財險經營財產險業務，為客戶提供涵蓋機動車輛險、意外傷害和短期健康險、保證險、責任險、農業險和企業財產險等財產險產品；陽光資管對保險資金進行專業的運用管理。

陽光壽險業務方面，經營穩健，保險業務收入持續增長，新業務價值保持穩定增長。壽險總保費收入683.0億元，同比增長12.3%；新單期繳保費收入147.5億元，同比增長9.3%；一年新業務價值30.2億元，實現行業內少有的正增長。

財產險業務方面，盈利能力增強，業務結構優化。淨利潤16.02億元。其中，車險承保利潤6.32億元，綜合成本率97.4%；非車險綜合成本率104.1%，主要是受宏觀經濟和市場變化影響，保證保險成本出現上升，非車險中非保證保險綜合成本率99.7%，整體實現盈利。原保險保費收入403.76億元，業務的品質和結構不斷優化。通過持續深化客戶經營，主要價值業務保持穩健增長，其中家用車保費增速7.5%，新能源車保費增速97.1%，農險保費增速61.7%。

陽光資管方面，堅定踐行長期價值投資理念，以資產負債管理為著力點，投資業績良好穩健。也正因為陽光保險始終聚焦自身投資能力建設，秉持長期價值投資理念，構建了完善的制度體系，培育形成了極具陽光特色的核心競爭力。於2022年，陽光保險總投資資產規模達4,288.4億元，同比增長10.3%；實現總投資收益201.3億元，同比增長5.4%；總投資收益率為5.0%，高於其它上市險企。集團不斷提升多資產多策略多客戶的綜合投資管理能力和客戶服務水平，第三方資產管理規模達4,149.8億元，同比增長21.4%。如此高效的資產管理，不僅為保險資金創造了長期、穩定、可持續的業績回報，還在協同保險主業提升、助力公司價值發展方面發揮了重要作用。

在實現靚麗業績的同時，陽光保險運用大數據和人工智能技術，持續推進數字化轉型，驅動公司高質量發展。數據顯示，2022年，陽光財險依託陽光線上平台（車生活APP、小程序、官網、官微），累計服務客戶超1.2億人次，服務滿意度94%。陽光人壽依託「我家陽光」APP智慧服務平台，讓客戶獲得7x24小時全、准、快、精的服務體驗，客戶足不出戶即可辦理保全、理賠業務，截至2022年，我家陽光APP累計用戶402.2萬人，全年服務使用者6074.3萬人次。

同時，陽光保險積極推廣櫃面服務線上化、智能化，推動基礎能力重塑，上線非車新一代核心業務系

統；深挖業務場景創新，打造「車險機器人」；「網電銷售機器人」進一步提升客戶體驗，提高運營效率。面向團體客戶，依託陽光天眼風險地圖平台，呈現全國自然災害風險分佈和保單風險分佈情況，賦能核保定價、風險篩選和客戶風險管理，數據顯示，2022年，依託該平台，為客戶累計提供超過25萬次氣象災害、颱風路徑和內澇點數據等預警信息。

不止於此，陽光保險深知作為社會的一份子，企業不僅要關注自身的經濟利益，也需要承擔起回報社會的責任，同時，這也是企業可持續發展的重要戰略。

2022年，陽光保險深入服務實體經濟，提升服務實體經濟質效。數據顯示，截至年末，公司為實體經濟提供風險保障44.5萬億元，為「一帶一路」項目提供風險保障822億元，為1.2萬家中小微企業提供風險保障1,700餘億元，幫助小微企業獲得融資金額145億元，為穩住經濟大盤不斷貢獻金融力量。

公司還充分發揮金融科技、醫療資源優勢作用，積極組織參與教育、助老、扶貧等各類公益活動，截至2022年末，在全國24個省份援建的71所博愛學校惠及師生超2.8萬人，真誠關愛員工及家人，累計為33,200名員工發放父母贍養津貼。

值得一提的是，2022年，陽光保險聚焦「碳達峰」、「碳中和」目標，大力推動綠色發展，實現和諧共生。數據顯示，2022年，公司為1,635萬家企業及個人提供綠色保險保障近60萬億元；截至2022年末，公司可持續投資餘額超過400億元，將貫徹「雙碳」理念落到實處。

隨著經濟發展進入新階段，內需激活、經濟恢復、信心提振，基本面向好趨勢明顯，保險行業深度改革轉型有望迎來向上拐點。在此背景下，陽光保險將繼續秉承「一切為了客戶」的理念，不斷改善產品和服務水平，堅持聚焦保險主業、聚焦價值發展，不斷提升價值創造能力，保持業務穩健可持續發展；同時加強風險控制和內部管理，持續增強公司的經營效率和核心競爭力，加快公司高質量發展、高價值成長的步伐；主動服務經濟社會大局，充分發揮保險保障功能，向打造客戶驅動型的高價值保險集團的目標持續進發。

康基醫療控股有限公司宣佈 二零二二年年業績



Kangji Medical Holdings Limited has an extensive product portfolio, providing one-stop solutions for minimally invasive surgical procedures in clinical departments such as obstetrics and gynecology, general surgery, urology and thoracic surgery. With a comprehensive and quality product portfolio, strong research and development capabilities, relying on demand-driven product development, an extensive distributor network and solid scalable manufacturing capabilities, the Company has developed into the largest domestic platform for minimally invasive surgical instruments and accessories in China. The Company's shares were listed on the Main Board of the Stock Exchange of Hong Kong Limited on June 29, 2020.

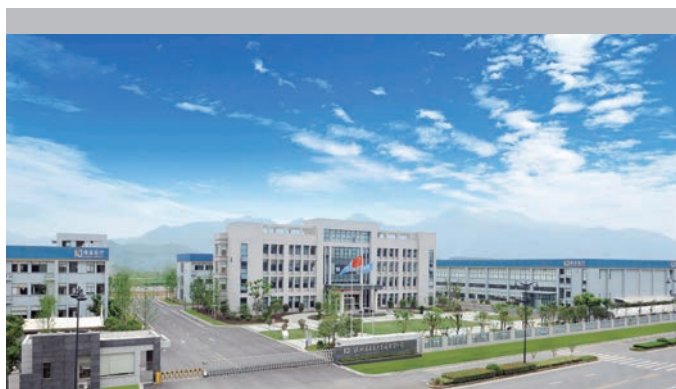
2023年3月，康基醫療控股有限公司（「康基醫療」或「公司」，股份代號：9997.HK）是專注於中國微創外科手術市場最大的國內手術器械及配套耗材平台，採用垂直一體化業務模式。公司欣然宣佈公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至2022年12月31日止年度（「報告期」）的經審核綜合年度業績。

就COVID對中國國內經濟及營商環境的影響而言，2022年為艱難的一年。由於COVID的不同爆發浪潮、區域封鎖及不斷變化的COVID限制，人們的生活遭受許多干擾。因此，與去年相比，醫院的運營環境、患者流量及手術量均受到負面影響。2022年上半年國內市場充滿挑戰，然而儘管在整個年度均受持續的區域COVID限制，但擇期手術數量在下半年（12月COVID爆發前）已逐漸恢復。集團抵受住宏觀經濟波動的考驗，運營、供應鏈或發展計劃並無受到任何重大干擾。臨近年底，隨著中國於12月宣佈重新開放的政策，對COVID後復甦的預期迅速增加，集團的客戶亦開始下達更多訂單。

於海外市場，由於大多數海外市場已經放寬與COVID有關的限制，且集團客戶的運營已經恢復至正常水平，因此於2022年間，海外市場對集團的產品需求增長較高。截至2022年12月31日止年度，集團的出口銷售額為人民幣71.3百萬元，較去年增長46.9%，或按恒定貨幣口徑增長約41.1%（撇除外匯影響）。增長亦歸因於集團的出口策略，即加強集團的營銷及銷售能力，以進一步滲透至集團的首要市場。於報告期內，集團新增了海外產品註冊，主要透過集團的海外OEM客戶或經銷商於南美洲註冊。集團的出口銷售由去年的45個國家及地區約85家客戶擴展至截至2022年12月31日止年度的47個國家及地區超過100家客戶。

就國內集中帶量採購（「集採」）而言，於報告期內進行了很少的新區域性集採。就集團的核心產品而言，年內新實施的集採包括湖南省九個城市及河北省的一次性套管穿刺器以及四省（山東、山西、河北及河南）聯盟高分子結紮夾集採。就一次性套管穿刺器而言，集團切換至非經銷商模式，與集團於山東及福建各省的做法相似，而對於實施集採的高分子結紮夾及超聲切割止血刀而言，集團則保留了經銷商模式。儘管COVID室礙整體手術量，惟該等新實施的集採產品銷售量仍令人鼓舞。集團預計，隨著時間的推移，集採的實施將使集團

受惠，例如進入及滲透至新的醫院、鞏固當地市場及提高市場集中度，利好國內領先廠商及加速進口替代。此外，集團繼續看到非集採產品（例如單孔套管穿刺器及一次性電凝鉗）的新增長機會。該等產品仍然有很大的空間，以進一步滲透市場，並使集團的銷售組合更多元化。



在研究及開發方面，集團於2022年擴大團隊，專注於能夠與其他器械及耗材作為整體手術解決方案產生協同作用的醫療設備。有關例子包括新取得的產品註冊證，例如4K醫用內窺鏡熒光攝像系統及超聲高頻外科集成系統超聲刀頭。於2022年註冊的其他新產品包括單發鈦夾、連發鈦夾及連發鈦夾鉗、外科機械臂腔鏡手術器械及腹腔內窺鏡等。於報告期內，集團於中國內地新增11項新產品註冊（不計及產品註冊續新）。於主要位於南美洲的海外市場，集團新增13個新產品註冊證書，當中包括通過集團的OEM客戶或當地經銷商取得的新產品註冊證書。

在銷售及經銷方面，於2022年，集團專注於在以下領域執行銷售及營銷策略：首先，繼續改善經銷商網路，加強對經銷商的管理及支援基礎設施，集團分別於上海及廣州設立了兩個新的本地銷售辦事處，為集團的經銷商提供更好的支援，以及更方便的售後支持。其次，儘管由於COVID的爆發及限制，集團難以組織及開展現場學術推廣活動，但集團仍嚴謹地保持了網上培訓及學術推廣活動，整體目標為提高集團的品牌知名度及認可度。網上平台繼續擴大專家資源及觸及醫生的覆蓋面。另外，透過與地方知名醫院的合作，集團推出了康基創辦的單孔產品培訓中心。集團已分別成功於長沙及武漢兩家醫院的婦科部門建立兩個首批就單孔產品提供經常性臨床培訓課程的培訓基地，計劃日後在全國不同的外科專業領域複製該等培訓基地。受惠於集團針對性的學術推廣工作，於報告期內，集團的單孔套管穿刺器銷售再次錄得強勁增長。第三，鑒於不斷發展的區域性集採及監管趨勢，集團繼續與經銷商合作識別領域，以進一步使集團在終端市場中的產品銷售多元化。

在策略投資方面，集團於2022年2月14日完成收購唯精醫療的35%控股權益。唯精醫療主要在中國從事腹腔鏡手術機器人產品及器械的研發和生產。自收購起，唯精醫療已成為集團之間接非全資附屬公司。於2022年，其主要專注於其正在進行的首項產品臨床試驗。其亦已將其大部分員工由江蘇省常州重新調配至杭州的全新辦公室。截至2022年12月31日止年度，唯精醫療向綜合利潤貢獻虧損約人民幣27.0百萬元或向母公司擁有人應佔純利貢獻虧損人民幣9.5百萬元。

中升集團公佈2022年度業績 各業務板塊發展勢頭良好



Zhongsheng Group Holdings Limited (“Zhongsheng Group”) is one of the leading national automobile dealership groups in China. The Group owns a comprehensive 4S (Including sales, parts, after-sales service and information survey) dealership network nationwide, provides one-stop automobile services, including new car sales, after-sales and accessories business and the value-added service sector including car insurance, car finance and second-hand automobiles. Zhongsheng Group focuses on luxury and mid-to-high end automobile brands, its brand portfolio covers luxury brands such as Mercedes-Benz, Lexus, Audi, BMW, Jaguar Land Rover, Volvo and Porsche as well as mid-to-high-end brands such as Toyota, Nissan and Honda.

(2023年3月23日，香港)中升集團控股有限公司(「中升集團」或「公司」，股份代號：881.HK)欣然公佈公司及其附屬公司(統稱「集團」)截至二零二二年十二月三十一日止年度的綜合業績。

二零二二年，在複雜艱難的外部環境下，集團克服了新冠疫情衝擊下的中國車市供應鏈不穩、晶片短缺等諸多困難，持續夯實主營業務優勢，積極推進二手車和電動車戰略，各業務板塊均保持了良好的發展態勢。報告期內，集團新車銷量520,396台，較2021年同期減少1.5%；收入為人民幣179,857.0百萬元，較2021年同期增長2.7%，其中售後及精品業務收入較2021年同期增長0.4%至人民幣24,608.9百萬元；二手車銷售收入較2021年同期增長20.8%至人民幣9,828.2百萬元；毛利為人民幣16,031.6百萬元，較2021年同期減少13.2%。

秉承「品牌+區域」策略，持續優化核心區域

於二零二二年十二月三十一日，集團經銷店總數為417家，其中包括267家豪華品牌經銷店及150家中高端品牌經銷店，覆蓋全國25個省、直轄市及自治區，超過110個城市。

目前，集團梅賽德斯－奔馳、雷克薩斯、寶馬、奧迪等豪華品牌以及豐田等中高端品牌保持著領導地位。就國內銷售量而言，集團是梅賽德斯－奔馳的第二大經銷商，亦是雷克薩斯的第二大經銷商。集團亦是領先的二手車機構網絡之一，年銷售量約為14萬輛。

業務表現韌性趨於售後及二手車業務的效率較高

二零二二年全年，由於實施Covid-19相關封控措施，集團284家門店的營運受到不同程度的影響，其中86家門店關閉超過15天。二零二二年，集團售出520,396輛新車，其中豪華品牌車銷量達307,434輛，同比增長2.7%，佔集團新車總銷量59.1%。新能源汽車銷量同比增長69.4%，這歸功於集團核心品牌新能源車型的強大經銷網絡。此外，集團售出140,121輛二手車，其中零售部分佔25.3%或35,450輛。在困難時期，公眾的出行受到嚴重影響，但集團售後服務部門仍成功交付穩定的業績。年內，集團克服不利的宏觀經濟環境，為6,720,000台次汽車提供服務，同比增長3.7%。自二零一九年起，集團售後服務分部按15.6%的累計平均速率增長，表明集團與廣大忠實客戶群的關係牢固。

財務摘要

人民幣百萬元	截至12月31日止年度		
	2022年	2021年	變化
新車銷量(台)	520,396	528,154	-1.5%
豪華品牌	307,434	299,305	2.7%
二手車交易量(台)	140,121	139,413	0.5%
收入	179,857.0	175,103.1	2.7%
新車銷售	145,419.9	142,465.7	2.1%
售後服務及精品業務	24,608.9	24,504.6	0.4%
二手車銷售	9,828.2	8,132.8	20.8%
毛利	16,031.6	18,469.6	-13.2%
增值服務收益	3,764.3	3,528.0	6.7%
母公司擁有人應佔溢利	6,667.6	8,329.0	-19.9%
每股基本盈利	2.76	3.56	-22.5%

(人民幣元)

集團透過實施中台策略，以更加協調的方式管理各方面的業務運營，而非在門店層面進行獨立管理，實現以最佳方式及最具經濟效益管理營運的多個層面，從客戶關係至採購(汽車零部件、配件以及金融產品)，乃至

二手車，從而使得集團在應對業務中斷方面具有較大的靈活性及韌性。有關戰略亦反映集團以客戶為中心的奉獻精神以及改變其財務狀況以減少受到中國新車銷售週期性影響的決心。從組織結構方面而言，集團已指定30個核心區域辦事處，該等辦事處將率先執行各項中台策略，以覆蓋每個核心區域的門店。

作為中台策略的核心部分，集團的集中式客戶關係管理中心目前負責執行集團的全渠道客戶訪問。目前核心區域辦事處有24間正在運營，另外八間將於二零二三年開業(若干密集核心區域將擁有多個客戶關係管理中心)。目前集團近400萬客戶和潛在客戶透過集團官方企業微信賬號中升WeCom與集團聯繫。集團的客戶關係管理代表與客戶之間的互動正趨於不太受營銷驅動。隨著集團不斷為客戶提供創新增值售後服務以令集團的品牌服務獲得更多的關注並對其各種特別諮詢及需求提供更多及時的回應，集團與客戶的關係越來越好。該等服務內容廣泛，從涵蓋所有售後維護及服務需求的一站式非汽車保險，至為車輛維護中的客戶提供代步車及為旅途乘客提供代步皮卡或優惠短期租賃選擇，其均可滿足。透過減少推銷式互動和不斷為客戶提供升級服務體驗，集團相信彼等會認可中升的品牌，重視集團的服務，並最終將集團視為其值得信賴的「終身夥伴」，並將集團汽車作為出行首選。

作為集團中台策略的另一部分，集團建立了八間集中式二手車指揮中心，為二手車零售業務實行更協調的庫存採購和流程序。集團在成都的首個二手車市集於二零二二年五月開業，此乃另外一種以客戶為中心的銷售模式，將中升品牌置於銷售前線。二手車平均周轉天數僅為12.4天。自二零一九年起，二手車零售銷量按42.3%的累計平均速率增長。

在集團運營的後端，集團亦致力於在集團層面推出第一批集中式車身和噴漆車間，每個車間最多覆蓋數十間相鄰實體門店，這是集團中台策略的另一個重要部分。該等集中式車身和噴漆車間的優點較多。透過增加技術人員工作量和設施負荷，集團運營效率顯著提高，同時車身和噴漆車間單店模式大幅減少了員工人數和資本支出。對於已過增長期的七間集中式車身和噴漆車間而言，集團的噴漆爐平均減少了超過63%，生產力提高了31%。透過採用更嚴格的標準從ESG角度升級集團集中式車身和噴漆車間，這一舉措亦使集團在業內中保持領先地位。

隨著集團在二零二二年繼續將仁孚中國整合到其業務經營中，集團的精細化管理亦呈現良好的效果。每名僱員月度售後收入增長25%，月度費用節省人民幣18百萬元或同比下降16%。隨著市況趨於穩定，董事堅信，集團收購仁孚將會進一步為集團帶來明顯的協同增長。

展望未來，有關宏觀環境將有助於刺激國內經濟的快速復甦，對公眾購車需求以及集團的業務產生相關積極影響。集團將繼續提高運營效率，使其運營適應不斷變化的客戶需求。中升團隊將密切關注市場整合機遇，尤其是通過非常規方法規避激烈的競標流程。集團董事相信，集團無與倫比的規模、精細的管理體系和優秀的員工，強力支撐著集團未來的發展。

中國玻璃公佈2022年度業績 浮法主業穩中前進



China Glass Holdings Limited is China's leading float glass and the largest reflective glass manufacturer. The Group has 14 float glass production lines, with a daily melting capacity of 7,400 tonnes. Triumph Group, which is a wholly-owned subsidiary of China National Building Materials Group, is one of the main shareholders of the Company, which is a national innovation platform and industry leader in the field of glass new materials focusing on new glass materials as the core industry. The strong shareholder background is a strong backing for the Company's steady development.

The Company complies with the national policy of low-carbon economy, energy conservation and emission reduction, comprehensively adjusts the product structure and implements the industrial upgrading strategy. The Company focuses on R&D, production and sales of a series of architectural coated glass and energy-saving, environmental-

friendly and new energy glass, and occupies a high-end technology position in the domestic glass industry, it is the "Quality Float and Special Glass Business Platform" of Triumph Group.

2023年3月31日中國玻璃控股有限公司(「中國玻璃」或「公司」, 股份代號: 3300.HK)董事會公佈公司及其附屬公司(統稱「集團」)截至二零二二年十二月三十一日止年度(「期內」)之經審核綜合全年業績。

期內, 集團的主營業務收入為人民幣43.27億元, 其中海外收入為12.00億元, 相較2021年同期增長50%, 海外收入主要來自尼日利亞及意大利公司。集團的毛利為人民幣6.38億元, 海外毛利率較2021年同期增長8個百分點至42%。此外, 公司於哈薩克擁有的一條日熔量500噸浮法玻璃生產線於2022年四季度點火投產, 作為當地首條浮法玻璃生產線, 其帶來的公司業績提升預計於2023年全面顯現。2022年集團「走出去」戰略成績卓著, 助力業績增長。

截至公告日期止, 集團現擁有浮法玻璃生產線14條, 日熔化量達7,400噸。期內, 集團浮法玻璃生產線實際運行11條, 未運行生產線因冷修技改暫時停產。此外, 集團還擁有一條日熔化量為1,000噸的光伏壓延玻璃生產線、兩條離線低輻射鍍膜(「Low-E」)玻璃生產線以及一家中性藥玻生產線工程裝備及技術服務公司。

二零二二年, 面對複雜多變的外部環境, 集團堅持以提高經營業績為目標, 聚焦浮法主業, 深化落實「自然增長、併購增長和走出去」相結合的中長期發展戰略(「三大戰略」), 認真落實「降本增效」工作, 積極推動新玻璃、新材料、新能源(「三新」)項目的建設進度, 深化生產、銷售、採購、財務、投資五系統業務統一(「五統一」)管理, 集團主要開展以下方面的工作:

「走出去」戰略成績卓著，助力業績增長

集團積極響應國家「一帶一路」倡議，「走出去」戰略取得階段性突破：

- 哈薩克斯坦一條日熔量為500噸的優質浮法玻璃生產線於2022年10月成功引板，成為哈國內首條浮法玻璃生產線，市場潛力巨大；
- 尼日利亞公司保持強勁的業績增速，綜合毛利超50%，盈利能力顯著領先於國內同業水平；
- 意大利公司中硼硅藥用玻璃及中空玻璃技術裝備水平全球領先，利潤實現穩定增長，新增太陽能及技術開發板塊逐步發展，預計未來將成為新的經濟增長點。



堅持技術創新，拓展延伸「三新」領域

響應國家「雙碳」倡議，順應國家綠色低碳發展理念，依託對內及對外技術開發平台，推動集團生產技術統一協同管理，在保障集團各生產線的安全、穩定生產的基礎上，大力推進綠色化、智能化生產。

集團總部新設新能源事業部、深加工事業部，著眼於國家可持續發展政策及市場行情，統籌管理「三新」及深加工項目，推動集團產業結構升級。

集團充分發揮自主知識產權成套技術體系的領先地位優勢，提升在線鍍膜生產裝備及工藝的穩定性，促進浮法工藝與在線鍍膜工藝的有機融合，有效降低生產成本；同時強化中玻特色鍍膜產品及其他特色產品在行業中的技術差異，陸續拓展產業鏈延伸，提升中玻核心競爭力。

集團東台基地利用成套自主知識產權升級改造的一條日熔化量為600噸的在線透明導電氧化物（「TCO」）鍍膜玻璃生產線，以及一條年產1,000萬平方米離線Low-E鍍膜玻璃生產線均於2023年1月底建設完成並投入生產。

集團宿遷基地一條日熔化量為1,000噸的光伏玻璃生產線及配套深加工線已於2023年1月底點火投產，宿遷新能源產業佈局形成。

搶抓市場機遇，及時調整採購及營銷策略

在採購管理上，密切關注地緣衝突、新冠疫情等引起的經濟環境及市場行情波動，審時度勢，通過集中採購、錯峰採購、機會採購、提前採購等方式，深度挖掘與優質供應商的戰略合作，有效降低原、燃材料採購成本。同時，通過統籌計劃、實地考察、智能監控、動態管理等方式，優化採購渠道，精細化採購流程，確保原、燃材料供應穩定和生產安全。

在營銷管理上，重點加強價格管控，把握市場變化節奏，快速調整營銷策略；加強研判，及時調整產品結構，充分發揮集團傳統顏色玻璃、鍍膜玻璃等高附加值特色產品的優勢，靈活滿足市場需求。同時，通過完善客戶合同動態管理制度、加強銷售渠道開發、客戶滿意度調查等措施，平衡協調客戶渠道關係，促進客戶資源品質提升。

內部挖潛，「降本增效」取得實效

集團總部統籌安排，各基地因地制宜，積極推動「降本增效」工作。在生產技術方面，切實加強生產全過程管控，在保證產品質量及安全生產的基礎上，合理調

整原、燃料結構，有效降低熔窯熱耗及綜合能耗；在財務方面，協同總部及各基地，統籌資金管理，有效控制成本，同時積極尋求低成本、多元化融資渠道，積極落實惠企政策，為集團業務快速擴張匹配優質資金資源。

「以人為本」注重企業文化建設

貫徹落實「以人為本」的人文理念，通過進一步組織各層級員工技能培訓與掛職交流、優化高管團隊配置等措施，不斷強化人力資源管理；通過提升員工收入水平、完善績效考核體系、開展「十佳」、「企業工匠」等評優表彰活動等，充分發揮正向激勵機制效用，調動員工積極性與企業認同感；通過開展各類文體競賽活動、組織節日聚會等互動，增強團隊凝聚力。

打造「中玻」品牌 加強資本市場管理

全方面打造「中玻」品牌，對內要求將品牌建設理念滲透到個人工作中去；對外加強資本市場管理和企業形象管理，積極利用投資者關係及媒體資源，及時傳遞公司重大發展戰略及投資項目動態，積極參與中國建材聯合會、建築玻璃與工業玻璃協會以及其他社團組織的相關活動，提升公司的曝光率和知名度。

二零二三年工作計劃

集團將以大股東的戰略佈局為導向，秉承中長期「三大戰略」，打造行業優質浮法及特種玻璃龍頭企業：

1. 集團將把握行業發展形勢，做好浮法玻璃差異化、特色化、智能化轉型升級。通過中玻研發團隊的技術創新及成套自主知識產權技術體系的廣泛應用，進一步提高中玻特色鍍膜產品的市場競爭力，著力於開發各類薄膜太陽能電池用TCO玻璃產品。

2. 集團將綜合考慮市場、成本及政策導向等因素，積極拓展「三新」領域。同時，積極尋找上下游優質投資項目，以期達成產業鏈協同效應。
3. 集團將積極爭取「走出去」戰略實現更大突破，加強國際產能合作，充分利用國家政策優勢，在「一帶一路」沿線地區尋找優質投資機會，提升海外業務板塊規模。
4. 集團將繼續深化「五統一」系統管理，發揮系統間協同管理優勢，採取靈活的生產、採購及銷售等經營策略，開展「降本增效」及「對標管理」工作，以應對複雜多變的市場環境。
5. 集團將進一步完善薪酬增長機制及績效考核體系，推動股權激勵方案的制定和實施，提高員工幸福感；重視企業文化建設，增強員工向心力和凝聚力；加大人才引進和培養力度，為公司長期穩定發展打好基礎。
6. 集團將擴大和加深與資本市場溝通交流的維度和深度，促進公司市值健康化發展。

市場展望

預計二零二三年全球經濟增速放緩，中國政府堅持「穩」字當頭，穩中求進，著力推動經濟高質量發展。二零二三年，中國平板玻璃行業在「嚴控產能新增、集中冷修及環保政策加碼」的多重壓力下，預計供給端仍有收縮空間。需求端房地產政策邊際改善，推動地產竣工端修復加快，建築玻璃價格有望回升。在國家「雙碳」政策導向下，新能源玻璃、節能建築玻璃未來需求增長動能強勁。藥用玻璃方面，受國內「一致性評價」政策驅動，國內中性硼矽藥玻替代進程加速，市場潛力較大。

深高速公布2022年全年業績 經營大局穩定 未來前景看好



Shenzhen Expressway was established on 30 December 1996. In March 1997, the Company issued foreign capital shares (H Shares) which were subsequently listed on The Stock Exchange of Hong Kong Limited on 12 March 1997. In December 2001, the Company issued Renminbi-denominated ordinary shares (A Shares) which were subsequently listed on the Shanghai Stock Exchange on 25 December 2001. The Company is mainly engaged in the investment, construction, operation and management of toll roads and large environmental protection business.

2023年3月24日晚間，深圳高速公路集團股份有限公司(上交所股票代碼：600548；聯交所股票代碼：00548)(以下簡稱「深高速」、「公司」或「集團」)公布2022年年度(「報告期」)經營業績。報告期內，深高速實現營業收入約93.73億元(人民幣，以下同)，歸屬於上市公司股東的淨利潤約20.14億元，每股收益0.838元，由於集團經營和投資的收費公路受短期出行意願下降和廣連高速開通分流的影響路費收入減少，以及人民幣貶值導致外幣債務相關匯兌損失增加等因素的影響，淨利潤同比下降22.92%。經董事會提議，2022年度深高速擬每10股派發現金股息4.62元，占剔除應支付永續債投資者的投資收益後淨利潤的55.13%。自上市以來，深高速一直注重股東回報，維持良好、穩定的分紅派息政策，已連續25年不間斷派發現金股息共計122億元。

公路業務穩中求進

2022年，面對外部形勢導致的道路交通需求下降，深高速採取積極應對措施，加強線位優勢，充分發揮旗下優質收費公路項目所處地理優勢的聯動性，報告期內，集團實現路費收入49.78億元，同比下降15.52%。其中外環高速受益於二期通車形成的貫通效應，表現良好，實現路費收入9.55億元，較2021年同比增長3.65%，對集團收費公路業務起到了正向支撐作用。隨著民眾的生活逐步恢復正常，國內經濟發展將重新釋放活力，公司預計，2023年收費公路的營運表現將好於去年。

收費公路業務短期承壓，不改集團長期戰略。報告期內，深高速積極拓展收費公路業務，完成了對灣區發展的控股收購，從而間接持有廣深高速和西線高速的部分權益，進一步鞏固了集團收費公路資產規模，未來計劃通過廣深高速改擴建推動沿線土地開發，釋放沿線土地價值，實現可持續長遠發展。

重大工程建設方面，截至報告期末，外環一期、二期已通車營運，三期(規劃里程約16.8公里)正在進行項目前期工作；沿江二期項目累計完成工程進度約78.4%；深汕第二高速項目的前期工作亦順利推進。此外，公司於報告期內與深圳交通局簽訂了機荷高速改擴建工程PPP項目合同，但後續深圳市有意對機荷高速改擴建項目的建設實施方案進行調整，並相應調整投融資方案，有關的調整方案尚在研究論證之中。未來，隨著上述建設項目的陸續實施，深高速將進一步鞏固在公路投資、管理及營運方面的核心優勢。

持續發力大環保產業

在整固和提升收費公路業務的同時，深高速順應國家「碳中和」、「碳達峰」等發展戰略，持續深耕固廢資源化處理和清潔能源兩個細分領域，實現業務有序擴張。

固廢資源化處理業務方面，報告期內，集團完成了對藍德環保及深汕乾泰的增持，其中藍德環保的持股比例由67.14%上升至92.29%，深汕乾泰的持股比例由50%上升至63.33%；通過購買股權及增資方式取得了利賽環保70%的股權；先後中標邵陽項目與雅安項目；此外，深圳光明環境園也正在有序建設中，計劃將於2023年竣工投產。截至報告期末，集團有機垃圾處理項目共23個，有機垃圾設計處理規模超過6,900噸/日，躋身國內行業前列。

清潔能源業務方面，集團於2022年2月通過與國家電投福建公司共同設立的合營公司收購了以風電後運維業務為主的南京安維士51%股權，此舉將帶動集團風電產業鏈業務協同，打造特色清潔能源體系。截至報告期末，集團投資和經營的風電項目累計裝機容量達648MW，所屬風電場均為可享有政策補貼的已建成並網項目，所在地風資源較為豐富，電力消納較有保障。

2022年，深高速大環保業務合計實現營業收入17.57億元，約占集團總收入的18.75%。

以科技賦能企業經營

近年來，深高速積極推動智能交通的研究及運用，成功開發的路網監測與指揮調度系統平台已上線運營，為實現路網運行監測和管理、業務協同、應急聯動等業務提供信息化應用平台；集團自主研發的外環項目路面信息一體化管控平台獲得國家計算機軟件著作權，並取得兩項國家實用創新專利；此外，基於BIM的高速公路建設管理平台主體功能的開發已基本完成。集團通過大力推動新科技的應用，積極打造「智慧高速公路」，深度賦能主業的經營發展。

2022年3月，集團與雲基智慧按照51%：49%的股權比例設立數字科技公司，作為集團數字化轉型平台。

據悉，為推進數字化轉型，深高速目前正在推動集團層面數字化轉型規劃方案的編製工作。



降低融資成本，拓展融資渠道

深高速注重維持合理的資本結構和不斷提升盈利能力，以保持公司良好的信用評級和穩健的財務狀況。報告期內，公司國內主體信用等級繼續維持最高的AAA級，國際評級方面均保持投資級別。截至報告期末，集團共獲得銀行授信額度人民幣約571.57億元。報告期末尚未使用銀行授信額度約304.62億元；集團債券額度人民幣86億元，報告期末尚未使用債券額度71億元。基於集團穩定和充沛的經營現金流以及良好的融資及資金管理能力，集團董事會認為報告期末財務槓桿比例仍處於安全水平。

報告期內，集團根據經營開支需求及項目投資進展，使用自有資金、銀行貸款、債券資金等滿足經營及投資支出、債務償還等資金需求；利用市場有利時機，發行公司債、超短期融資券等債券融資工具進行債務置換及補充營運資金；把握市場行情變化溝通爭取條件較優的銀行貸款，降低融資成本，報告期內集團綜合借貸成本約3.49%，較上年下降0.05個百分點。未來，集團將有效利用多層次資本市場拓展融資渠道，抓住國家鼓勵直接融資、綠色金融等契機，充分利用股票、債券、REITs等不同融資產品和工具，拓展資本市場直接融資渠道；統籌做好資金規劃和融資安排，抓住市場機會，適時開展債務置換，不斷優化公司債務結構、降低財務成本和匯率風險、提高資源配置效率。

堅持雙主業，保障戰略目標實現

2023年已步入「十四五」發展戰略期的中程，深高速基於對經營環境和經營條件的分析與預期，設定2023年的總體營業收入目標為110億元，公司管理層表示：公司將繼續堅持雙主業戰略，圍繞董事會下達的經營目標，緊抓經濟恢復性增長、市場需求回暖、行業及區域利好政策等機遇，全力拓發展、提效益、強基建、優管理、控風險，以高質量發展為目標要求，制定並落實好各項經營計劃，保障「十四五」戰略目標的實現。同時，集團也將不斷完善ESG管理體系，持續提升集團ESG表現，推動集團高質量可持續發展，提升企業價值，為股東及投資者帶來長期穩定的回報。

深圳投控灣區發展有限公司宣佈 2022財政年度全年業績



Listed on The Stock Exchange of Hong Kong Limited in August 2003, Shenzhen Investment Holdings Bay Area Development Company Limited (formerly known as Hopewell Highway Infrastructure Limited) focuses on the development of infrastructure and related businesses in the Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area as well as land development and utilisation along the GS Superhighway. Shenzhen Expressway Corporation Limited, a company listed on The Stock Exchange of Hong Kong Limited (Stock Code: 548) and Shanghai Stock Exchange (Stock code: 600548), became the controlling shareholder of the Company on 11 January 2022.

深圳投控灣區發展有限公司(「灣區發展」;「公司」;港幣櫃檯股份代號:737及人民幣櫃檯股份代號:80737)今天宣佈截至2022年12月31日止年度的全年業績。

2022年,公司分佔投資項目的收入為人民幣20.50億元,按年下跌20%,主要由於廣東省新冠肺炎疫情持續,導致社會交通運輸量大減,令路費收入下跌。公司擁有人應佔溢利為人民幣2.79億元,按年下跌61%,每

股基本溢利為人民幣9.04分。董事會建議派發2022年末期股息每股人民幣3.25分,派息率相當於股息總額佔公司擁有人應佔溢利之100%。

完成兩次重要資本整合 持續提升盈利能力

2022年1月11日,深圳高速公路集團股份有限公司(「深高速」)與深圳市投資控股有限公司完成就約71.83%已發行股份的交易,深高速成為公司的控股股東。作為粵港澳大灣區交通基礎設施建設運營重要服務商,深高速憑藉豐富的高速公路投建運管綜合能力、土地開發建設經驗及優質資產資源,將與公司現有業務產生協同效應,助力公司的業務拓展,有效提升公司的盈利能力和投資價值,為股東創造穩定、良好回報。

此外,為整合優化產業佈局,切實做大做強收費公路主業投建運管能力,公司穩步開展資本運作,外延式並購策略取得良好進展。在控股股東深高速的整體戰略部署下,於2022年11月30日,深灣基建(公司之間接附屬公司)完成以增資方式認購沿江公司經擴大後51%股份。沿江公司持有的沿江高速公路(深圳段)地理位置優越,將加強公司對深圳地區收費公路的整體管控,提高路網車流的協同效應以及公路的管理和養護水平,同時進一步擴大公司收入來源,並為後疫情時代大灣區經濟恢復做出積極貢獻。

各業務有序推進 路費收入有望迎來恢復

在收費高速公路方面,於回顧年度內,受新冠肺炎疫情對車流量的持續影響以及周邊新開通的高速公路及改造後的地方道路所造成的分流效應,公司旗下廣深高速公路及廣珠西綫高速公路的營運表現遭受較大衝擊。此外,2022年第四季度執行對貨車通行費減免10%的國家政策,也為路費收入帶來有限度影響。

受上述原因影響，2022年，廣深高速公路的日均路費收入及日均混合車流量分別按年下跌21%及17%至人民幣637萬元及52.7萬架次；廣珠西綫高速公路的日均路費收入及日均混合車流量分別按年下跌22%及21%至人民幣295萬元及22.2萬架次；沿江高速公路(深圳段)的日均路費收入(不包括稅項)及日均混合車流量分別按年下跌19%及16%至人民幣132萬元及14.1萬架次。不過隨著2022年末國家進一步優化落實疫情防控措施，預期社會交通運輸量將恢復正常，利於公司經營之高速公路業務改善營運表現。

廣深高速公路擴容改造工程繼續按2023年正式實施擴容改造工程的目標推進各項工作，目前廣州至東莞段的擴容改造工程可行性研究修編報告已正式上報中國交通運輸部審查，並已進入工程項目的核准申請程序。

在業務拓展方面，於2022年9月30日，廣深合營企業與土儲中心及代理人訂立補償合同。據此，廣深合營企業同意以約人民幣3.17億元的代價，將蘿崗立交地塊的土地使用權連同附屬建築物交回土儲中心。未來，廣深合營企業將積極參與回收土地之競拍，實現更加豐厚的投資收益。公園上城項目方面，於2022年度，公司實現累計合同銷售金額約人民幣9.14億元，累計出售單位413套；項目累計銷售簽約額約人民幣22.82億元，累計出售單位984套。

積極把握大灣區發展機遇 穩步推進既定戰略目標

2023年是公司推進「十四五」戰略的承前啟後之年。「十四五」期間，公司將充分發揮香港上市平台優勢和境外資本市場融資功能，鏈接港深兩地資源，構建以「收費公路、土地開發、科創產業園及科創服務」為主、以「新型產業」為輔的「3+1」產業格局，成為粵港澳大灣區內先進優質、回報穩健、特色鮮明的境外上市公司。

公司將繼續在粵港澳綜合優勢的基礎上，把握好大灣區基礎設施投資和城市更新方面的發展機遇，積極借助自身在基礎設施投資方面的優勢，深入挖掘高速公路，土地綜合開發利用以及產業園區等業務的投資契機。於戰略期內，公司將分層實施業務目標，首要目標是鞏固收費公路主業、推進土地開發業務釋放價值；第二層目標是構建科創產業園及科創服務平台；第三層目標是探索和培育新型業務，打造戰略發展新增長極。

天津銀行：踐行ESG理念 推動可持續發展



Bank of Tianjin Co., Ltd. is the only city commercial bank headquartered in Tianjin (one of the four municipalities in China). The company is one of the first urban commercial Banks in China to realize trans-regional operation. Bank of Tianjin listed in Hong Kong in March 2016, it became the largest listed company with the highest capital and assets of the state-owned enterprise in Tianjin city at that time. Bank of Tianjin created a business network headquartered in Tianjin, with strong presence in the Beijing-Tianjin-Hebei region, covering the Bohai Economic Zone, the Yangtze River Delta and the western China, through which, the Company is able to successfully implement cross-region business operations in China.

4月18日，天津銀行(1578.HK)發佈2022年度社會責任報告，披露該行在履行社會責任方面的行動和成果。2022年，憑借綠色發展、普惠金融、客戶體驗、消費者權益保護、社會公益等領域的深入探索，天津銀行入選國務院國資委「地方國有企業社會責任·先鋒100指數」，獲得「2022卓越競爭力社會責任銀行」、「榜樣天津最具社會責任企業」等榮譽稱號，在Wind 2022年度ESG評級中獲評A級，為境內商業銀行目前最高評級。

聚焦主責主業，服務實體經濟

天津銀行扎根地方，服務國家戰略、實體經濟和百姓民生。創新實體經濟服務模式，供應鏈金融業務投放人民幣64.82億元，同比增長90.27%；落實金融助企紓困政策，發放符合再貸款條件的貸款人民幣292.1億元，同比增長109.6%，與人民銀行天津分行開展再貼現業務人民幣65.75億元，同比增長7.6%，累計為各類企業、消費貸款、信用卡貸款辦理延期還本付息人民幣123.07億元。

針對疫情背景下面臨經營和融資難題的小微企業、個體工商戶，天津銀行獨家打造「智慧小二」金融服務平台，搭建包含聚合支付、小微信貸、消費信貸、薪金服務在內的「一體三翼」產品體系，同時發揮金融科技優勢，提供數據寶典、生意播報、工資代發、專屬理財等服務，全方位賦能商戶經營管理。截至報告期末，「智慧小二」累計入網商戶近60萬戶，其中天津地區入網商戶占全市註冊小微企業和個體工商戶近45%，累計提供信貸資金支持達人民幣64.7億元。

發展綠色金融，建設「美麗中國」

黨的二十大指明「實現人與自然和諧共生」是中國式現代化的本質要求，加快發展方式綠色轉型、提升生態系統多樣性、積極推進碳達峰碳中和、應對氣候變化全球治理是黨和國家未來的重要任務。

天津銀行始終堅持貫徹國家戰略，引導金融資源向綠色產業傾斜。截至報告期末，綠色信貸業務余額人民幣164.17億元，較上年末增長36.0%；發揮集團協同優勢，子公司天銀金租綠色融資租賃貸款余額人民幣42.64億元，占其貸款余額的44.05%。報告期內累計實現綠色債券承銷及投資81.21億元，在全國銀行間市場交易商協會公布的2022年城商行綠色債務融資工具投資人排行榜中位列第四。同時，該行創建首支京津冀區域ESG主題債券指數、推出首款ESG主題理財產品、發行「快樂單車」綠色主題信用卡，打造綠色金融品牌優勢，推動綠色發展理念深入人心。

作為境內首家宣佈支持TCFD的城商行，天津銀行不斷完善氣候風險管理機制，做好氣候風險識別與應對。結合TCFD建議，對電力、鋼鐵、石化、化工等高碳行業開展專項氣候風險壓力測試，進一步提升氣候風險量化管理水平。

投身社會公益，助力鄉村振興

響應黨中央、國務院和市委市政府關於鄉村振興戰略部署要求，天津銀行將金融企業特色業務與公益行動相結合，助力鄉村振興與脫貧攻堅成果的有效銜接。通過完善服務機制、科技賦能、網點佈局、拓展服務渠道

等多項舉措加大「三農」支持力度。發行天津市首單國有企業鄉村振興債券、發行「鄉村振興主題信用卡」，開發「海鷗貸—中和農信」、「惠農貸」、「農樂貸」等特色產品，將金融活水引入田間地頭。截至報告期末，普惠型涉農貸款余額人民幣40.74億元，較上年末增長24.15%。

東西部扶貧協作鞏固脫貧攻堅成果。天津銀行先後派出6名駐村干部與困難村干部群眾並肩作戰，捐贈資金人民幣440萬元，用心用情用力助推寧河區東棘坨鎮4個經濟薄弱村產業發展。創新採取「公司共建、運行共管、利益共享」模式，推動成立天津市寧東農業機械服務有限公司，購置進口自走式青飼料收穫機，以農機經營收入充實村集體收入，幫助提升造血能力。發動轄屬單位、客戶「以購代扶」，銷售優質寧河稻米近5萬斤，預計每年創收近20萬元，實實在在增加當地農民「錢袋子」。同時，心系西部貧困地區教育，著力改善四川省革命老區、深度貧困地區教育條件，連續11年累計捐建15所「海鷗書屋」、5所「海鷗電子閱覽室」、1所少年宮，為數千名學生創建學習園地與精神家園。

中國重汽：2022年運營品質大幅提升 問鼎「雙第一」



SINOTRUK, formerly known as Jinan Automobile Manufacturing General Factory, was founded in 1956 as the cradle of China's heavy-duty automobile industry and is now one of the key enterprises under the direct supervision of the State-owned Assets Supervision and Administration Commission of the Jinan Municipal Peoples Government of Shandong Province. In 1960, SINOTRUK manufactured the first heavy-duty vehicle in China, the Yellow River JN150 eight-ton truck; in 1983, it successfully introduced the Austrian Steyr heavy-duty vehicle project, which was the first enterprise in China to introduce foreign heavy-duty vehicle manufacturing technology. In 2007, SINOTRUK was listed on the main board of Hong Kong as a red-chip company, which initially built up an international platform.

中國重汽(03808.HK)於3月30日晚間公佈2022年度業績，報告期內，公司實現營業收入592.91億元，歸母淨利潤17.97億元。公司積極回饋投資者，每股股息為0.29元。根據中汽協資料顯示，公司重卡銷量15.88萬輛，躍居行業首位。

逆勢提升市場份額躍居行業第一

2022年商用車外部環境困難，國內商用車消費市場低迷，重卡行業銷量腰斬。根據中國汽車工業協會統計資料，全年實現重卡銷售約67.2萬輛，同比下降51.8%。輕卡行業銷量也創近年同期新低，全年實現輕卡銷售約161.8萬輛，同比下降23.4%。

在行業低迷下，中國重汽衝破行業週期困局，強勢奪取行業銷量和市占率「雙第一」。2022年，公司重卡銷售15.88萬輛，市場佔有率在逆勢下進位提升至23.64%，同比提升3.12個百分點。輕卡業務上，公司業務增量明顯，有望為公司長期業績提供重要支撐。2022年，公司中輕卡市占率為14.7%，同比提升1.3個百分點；其中2.3/2.5L標載產品市占率26.1%，位居行業第一。

在行業低迷中，中國重汽能夠實現份額提升，得益於深耕國內細分市場和出口的穩定表現。通過加快產品優化升級和結構調整，中國重汽在多個細分市場取得全面突破。在具有傳統優勢的牽引車領域，公司憑藉產品組合優勢以及低油耗、高可靠性的口碑，在長途物流運輸、快遞、危險品、500馬力以上等多個細分市場銷量領先。

短板市場也加速補齊。公司載貨車產品市場佔有率提升5.8個百分點，增幅行業第一，首次進入行業前列。專用車市場方面，公司實現細分市場全覆蓋，其中高端專用車市占率為47.6%，位居行業第一。公司汕德卡、豪沃TX、豪沃NX憑藉高中低檔冷藏車組合助力冷藏車市場佔有率提升5.2個百分點，增幅位居行業首位。

海外市場是中國重汽的傳統優勢。中國重汽2022年出口重卡8.85萬輛，同比增長63.8%，連續18年保持行業出口第一。值得一提的是，公司海外市場高端化佈局成效顯著，2022年高端產品占出口總量的22.2%，同比提升13.7個百分點。

全面佈局新能源領域

對於2023年，公司認為，經濟回暖、基建投資落地、房地產復蘇等將帶來新的市場機遇，部分地區國四限行和嚴格的環保治理也將帶來置換性增量，新能源重卡需求規模將進一步增長，預計2023年重卡行業市場規模將從低谷中逐步恢復。在新藍牌法規實施、路權放寬等因素的推動下，輕卡產品結構轉型加速，輕卡行業市場也將穩步恢復。公司表示，2023年將順應高端化潮流，持續加大高端產品銷量；加強細分市場推廣，持續提升市場佔有率。此外，公司將鞏固出口市場優勢，持續深耕海外市場。

對於業內關注度較高的新能源重卡，公司表示，將加快產品推廣，實現跨越式發展。公司將聚焦北京、成都、廣州、深圳等政策先行城市，加快中央驅動和電驅橋產品導入市場。此外，將圍繞港口、鋼鐵廠、渣土車、環衛車等應用場景市場開拓，探索新能源銷售模式，通過試點租賃、充換電一體化解決方案等方式推動銷量提升。

據瞭解，面對逐年增長的新能源市場需求，中國重汽在新能源領域全面佈局。公司堅持「一主引領、兩翼驅動」的戰略方針，以純電動路線為核心、混動路線和燃料電池為支撐進行戰略佈局，同時重點打造自主研發差異化電驅橋系列產品。應用場景上，公司打造了70餘款新能源車型，覆蓋6大場景。其中，新能源重卡在多個港口投入運營，港口市占率行業第一。

國藥控股：轉型與創新同頻共振 龍頭地位堅如磐石



In 2022, the Group's economies of scale continued to emerge, with its operating income reaching RMB552,147.55 million, representing a year-on-year increase of 5.97%, and its market share accelerated to increase, so as to continuously consolidated its leading position in the industry. The gross profit margin increased by 0.14 percentage point from 2021 to 8.59%. The net profit and net profit attributable to owners of the parent company achieved double growth. The net profit for the year reached RMB14,345.44 million, representing a year-on-year increase of 9.80%, and the net profit attributable to owners of the parent company reached RMB8,525.66 million, representing a year-on-year increase of 9.89%.

中國最大的藥品、醫療器械及醫療保健產品批發商和零售商，及領先的供應鏈服務提供者－國藥控股股份有限公司（「公司」或「國藥控股」，股份代碼：01099.HK）欣然宣佈公司及其附屬公司（「集團」）截至2022年12月31日止年度（「報告期」）之按香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製的綜合業績。

2022年全年，集團規模效益持續顯現，營業收入達到人民幣552,147.55百萬元，同比增長5.97%，市場份額加速提升，持續鞏固了行業龍頭地位。毛利率較2021年度提升了0.14個百分點，至8.59%。淨利潤和歸母淨利潤實現雙增長，全年實現淨利潤人民幣14,345.44百萬元，同比增長9.80%；歸母淨利潤達到人民幣8,525.66百萬元，同比增長9.89%。

報告期內，集團醫療器械和醫藥零售板塊持續保持相對高速的發展態勢，業務格局進一步多元優化。截止2022年年末，藥品分銷板塊收入占比同比下降1.37個百分點至71.25%，醫療器械和藥品零售板塊收入占比分別同比上升1.04個百分點和0.37個百分點，達到21.18%和5.78%。

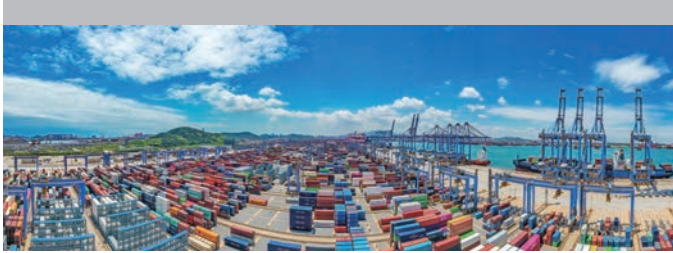
報告期內，集團積極順應行業轉型趨勢，加強分銷網絡的服務能力，在持續提升業務網絡的覆蓋和滲透比率的同時，確保重點區域和市場實現穩定增長。在兩廣、華中、長三角以及華北等重點區域的增速和收入占比進一步提升，區域的競爭優勢不斷增強，提升了集團在醫藥流通市場的主導地位。2022年，藥品分銷板塊的業務收入達到人民幣406,603.53百萬元，同比增長4.27%。

報告期內，醫療器械板塊業務錄得業務收入人民幣120,851.48百萬元，同比增長11.77%，已經連續三年增長超過10%，其中防疫物資產品需求推動體外診斷試劑及耗材業務收入占比有所提升。

集團持續加強零售業態的網絡佈局和區域覆蓋，重點提升對全國業務空白地區以及面向醫院業務的覆蓋率。截至報告期末，零售板塊新增門店共計494家。其中SPS+專業藥房減少21家，國大藥房新增515家。集團不斷優化品類結構，加速「雙通道」等統籌醫保資質的獲取，截至報告期末，「雙通道」資質的門店總數較2021年末增長約120%，達到了883家。其中，國大藥房309家，專業化藥房574家，報告期內淨增480家，已覆蓋約全國90%開放「雙通道」業務資質的城市和地區。

展望2023年，面對行業轉型的壓力和機遇，集團將不斷加強董事會的戰略引領，以持續高質量發展為首要任務，立足公司成立二十周年發展新起點，提升市場份額、優化服務能力、提升運營效率、嚴控業務風險，加速推進業務轉型升級，推動集團邁入全新發展階段。集團將主要從四個方面重點開展工作：持續拓展終端網絡，鞏固分銷龍頭地位；拓展增值服務項目，強化延伸服務能力；持續拓展網絡佈局，提升零售運營效率；加速構建創新服務能力，挖掘產業鏈協同新潛力。

青島港：經營業績大幅增長 「樞紐港」地位更加穩固



The Company was established on 15 November 2013. It was listed on the Main Board of the Hong Kong Stock Exchange on 6 June 2014 (stock code 06198) and was listed on the Main Board of the Shanghai Stock Exchange on 21 January 2019 (stock code 601298). The Group is a listed company with A+H shares and is the subject of Shanghai-Hong Kong Stock Connect. In 2022, the company achieved a net profit attributable to the shareholders of Company to RMB4.53 billion, an increase of 13.6% year-on-year

2023年3月29日，青島港國際股份有限公司（「公司」，及其附屬公司以下合稱「集團」或「青島港」，股份代號：601298.SH；06198.HK）欣然宣佈截至2022年12月31日止十二個月期間（「報告期」）之年度業績。報告期內，青島港實現營業收入為人民幣192.63億元，較上年同期增長14.71%；歸屬於上市公司股東的淨利潤為人民幣45.25億元，較去年同期增長13.63%。2022年，青島港口貨物輸送量位居中國沿海港口第四位，集裝箱輸送量保持中國沿海港口第四位，外貿輸送量保持中國沿海港口第二位、北方港口第一位。

2022年，面對嚴峻複雜的國際形勢，集團充分發揮山東港口一體化改革和融合發展優勢，搶抓山東自貿區、上合示範區和RCEP先行示範區等政策賦能機遇，強化與船公司及客戶的戰略合作，大力拓展內外貿航

線，持續加密內陸班列，積極服務於構建「大循環、雙循環」新發展格局，港口綜合競爭力持續提升，沿黃流域「出海口」和對外開放「橋頭堡」地位更加穩固，樞紐港地位進一步增強。

報告期內，集團全年貨物輸送量（不計公司持有的相關合營企業及聯營企業的權益比例）完成量6.27億噸，同比增長10.3%。裝卸主業方面，集團提速東北亞國際航運樞紐中心建設，2022年新增集裝箱航線28條，航線密度和總數繼續穩居中國北方港口第一位，全年集裝箱輸送量完成2,682萬TEU，較上年同期增長13.1%。集團深化與重點客戶戰略合作，拓展礦石混配和國際中轉等新興業務，全年幹散雜貨輸送量完成2.38億噸，較上年同期增長13.3%。集團統籌多港區碼頭、罐區資源，發揮大碼頭、大管道、大儲罐綜合優勢，全年液體散貨輸送量完成1.12億噸，較上年同期增長4.1%。

2022年，青島港獲評為「最具投資價值高質量發展上市公司」，已連續三年榮獲中國證券金紫荊獎；在2022年十大海運集裝箱口岸營商環境測評中，青島港榮獲總分第一名；在《世界一流港口綜合評價報告(2022)》中，青島港位居世界一流港口前列，始終堅持以高效運營為社會創造更大財富，為股東創造更高價值。

2023年，挑戰與機遇並存，「一帶一路」、RCEP、山東自貿區、山東深化新舊動能轉換推動綠色低碳高質量發展等國家政策持續為青島港賦能，本公司將繼續依託山東港口一體化改革和融合發展優勢，聚焦裝卸主業，發展新興產業，堅持改革創新，提高智慧綠色發展水準，提升發展持續力、競爭力、影響力、主動力，增強經營績效和治理效能，加快建設東北亞國際航運樞紐中心。

寧滬高速：各項業務穩健發展 高質量發展邁上新台階

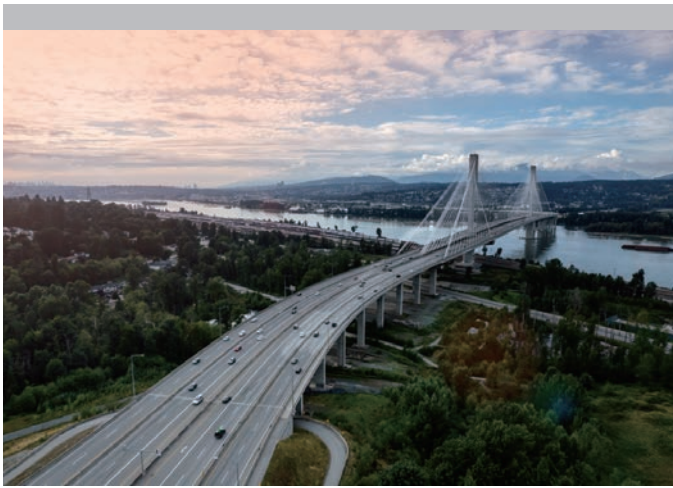


In 2022, the Group focused on the New Era, took the main business of road and bridge as the support, prioritized the optimization of the layout, and found support from financial investments to promote the Group's high-quality development to a new level on the occasion of its 30th anniversary. During the Reporting Period, the Group achieved an annual revenue of RMB13,256 million, a decrease of 7.05% year-on-year, total profit of RMB4,581 million, a decrease of 17.70% year-on-year, net profit attributable to shareholders of the listed company of RMB3,724 million, and earnings per share of RMB0.7392; net cash flow from operations of RMB5,527 million, weighted average return rate on net assets of 11.23%.

2023年3月27日，江蘇寧滬高速公路股份有限公司（「寧滬高速」或「公司」）及其附屬子公司（統稱「集團」，股份代碼：00177.HK，上海交易所股份代碼：600377.SH，美國預托證券憑證代碼：JEXYY）今天宣佈其截至2022年12月31日止年度（「報告期」）之綜合業績。

2022年，集團聚焦新時代，以路橋主業為支撐，以優化佈局為主線，以金融投資為助力，以成立三十周年為新契機，堅持穩健運營，推動高質量發展。報告期內，集團全年實現營業收入人民幣132.56億元，同比下降7.05%；利潤總額人民幣45.81億元，同比下降17.70%；歸屬於上市公司股東的淨利潤人民幣37.24億元，每股收益0.7392元；經營性淨現金流人民幣55.27億元，加權平均淨資產收益率11.23%。

路橋主業方面，報告期內，集團主業投資穩步推進。龍潭大橋及北接線項目建設有序，項目將於2024年底與龍潭大橋實現同步通車，充分發揮協同效應。同時，集團積極籌備錫宜高速公路南段擴建項目，項目已於2022年底先導段動工，並於2023年1月6日開工，將於2026年6月底建成通車。此外，集團亦啟動滬甯高速公路江蘇段改擴建工程的前期研究。報告期內，集團實現通行費收入約人民幣7,323,017千元，同比下降約11.38%，通行費收入占集團總營業收入的約55.24%。其中，滬甯高速日均通行費收入約人民幣11,728.51千元，同比下降約16.56%。報告期內，滬甯高速日均流量約79,550輛，同比減少約21.96%。



配套業務方面，報告期內，集團不斷整合資源提升體驗，在滬甯線多個服務區佈設ETC加油無感支付，車主可享受免下車、免排隊繳款、免刷卡、免掃碼，快速完成「即加即走」的無感加油；推出「聚合付」功能，整合各類支付方式，在提升效率的同時持續改善客戶體驗。同時，集團因勢而變創新模式，創新業態招商和運營管理方式，完善和優化「大平台」招商方案，並邀請行業專家對方案的總體思路和實施路徑進行評估和改進。此外，集團還以新業態引領新消費，建成江蘇省內首個高速公路服務區新能源汽車超級體驗中心，平均每週接待觀展、試駕旅客千余人次，陽澄湖服務區日均車流、客流增長顯著，對商戶日均營收有明顯的拉動和提升作用。

新能源業務方面，為積極響應國家推動綠色發展號召、進一步優化集團產業結構佈局、開闢新的利潤增長點，報告期內，集團出資人民幣2,457,000千元收購雲杉清能公司100%股權。截至報告期末，雲杉清能公司並網項目總裝機容量達526.6兆瓦(含參股權益裝機量)，所持電站均已投產，2022年度共生產清潔能源電力總計9億千瓦時。此外，雲杉清能公司結合江蘇省光伏項目資源稟賦實際情況，積極開發工商業屋頂分散式光伏項目，自收購以來至本報告日，經董事會審議批准新投資建設分散式光伏電站裝機容量57.34兆瓦。隨著新能源汽車保有量快速增加、5G及自動駕駛技術蓬勃發展、交通領域數學化浪潮的到來，新能源業務將與集團路橋主業實現業務協同，為集團可持續發展提供新動能。

2023年，集團將繼續以主業為支撐，以創新為動力，做大做強路橋主業，持續鞏固集團蘇南路網主運營商地位，繼續做優輔業投資，增強產融協同發展能力，同時抓住新能源發展機遇，多管道擴展光伏等「交通+能源」項目應用，打造智慧高速新亮點。此外，集團亦將進一步壓降財務費用，實現降本增效，聚焦新時代，推動集團高質量跨越式發展，持續為股東和投資者創造長期的價值。

美麗田園：有序推進門店網絡擴張

Beauty Farm Medical and Health Industry Inc. (“Beauty Farm” or “the Company” stock code:2373.HK) announced its audited annual results for the year ended December 31, 2022. For the year ended December 31, 2022, the Group’s revenue was RMB1,635.4 million, representing a decrease of 8.2% as compared with RMB1,780.7 million in 2021. For the year ended December 31, 2022, the gross profit was RMB717.8 million, with a gross profit margin of 43.9%. The Board has resolved to recommend the distribution of a final dividend of HK\$0.39 per share (equivalent to RMB0.342) for the year ended December 31, 2022. (a total of approximately HK\$92.3 million)

2023年3月29日，美麗田園醫療健康產業有限公司（「美麗田園」或「公司」，股份代號：2373.HK）公佈公司及其附屬公司（統稱「集團」）截至2022年12月31日止年度的經審核全年業績。

2022年，新冠疫情在國內持續反復，受疫情防控措施影響，消費者對出行與消費態度謹慎，給集團業務經營帶來挑戰，167家直營店平均閉店天數約為75天。面對複雜嚴峻的外部環境，集團堅持穩健發展戰略，維持原有開店計劃，並積極推進員工持續培訓，數字化建設與產品研發，使集團能夠更好應對外部壓力，及時抓住恢復機遇，保持企業的高競爭力，助力集團盈利能力儘快恢復。

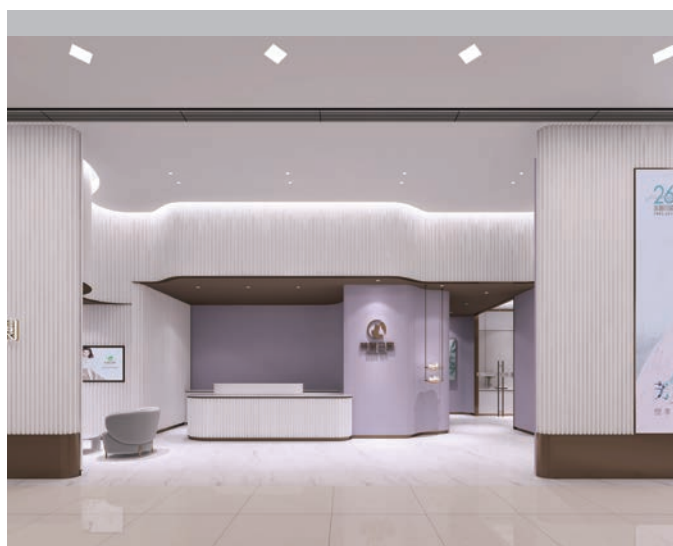
截至2022年12月31日止年度，集團的收入為人民幣1,635.4百萬元，較2021年收入人民幣1,780.7百萬元降低8.2%；毛利為人民幣717.8百萬元，毛利率為43.9%。董事會已議決建議派發截至2022年12月31日止年度的末期股息每股0.39港元（相當於人民幣0.34元）（合共約92.3百萬港元）。

於2022年，集團新開設直營店達到20家，其中生活美容門店17家，在濟南、廈門兩地新開設醫美門診，在西安新開設研源抗衰中心。此外集團還對19家生美門

店、5家醫美門診和1家抗衰中心進行了升級。集團在積極擴張直營門店的同時，也在持續拓展加盟商網絡。於2022年，集團新開設加盟門店達到35家。截至2022年12月31日，集團龐大的門店網絡包括189家直營店及189家加盟店。

醫療美容業務方面，截至2022年12月31日止年度，集團已持有包括「一種密集針尖排列的滾針（專利號2022204618075）」、「一種眼袋手術用具有調節功能的電凝刀（專利號2022222350712）」等在內的5項國家醫療實用新型發明專利；同時，2項國家醫療技術發明專利已進入公開審驗階段，2項自研技術正處於專利申請階段。

展望2023年，隨著疫情防控措施的持續優化，經濟生活正逐步恢復正常，美麗健康管理服務行業也將重回增長態勢。未來，集團將策略性擴張服務網絡及行銷管道，以擴大客戶群及提升品牌知名度；通過標準化及數字化體系，進一步提高運營效率及客戶體驗；通過引進新技術、新設備、新產品及擴大服務組合，提高客戶忠誠度及滿足客戶多變的需要；繼續培養、招聘及保留高素質人才，加強集團的人力資源管理機制；通過深化與上游供應商的合作，分享集團的行業及管理經驗，整合行業資源，促進行業標準發展。



龍湖集團：彰顯經營韌性 財務結構穩健



對房地產行業來說，2022年是不平凡的一年。年內，在多重超預期因素影響下，房地產行業經歷了前所未有的挑戰，新房銷售下滑、房企業績普遍下降，陷入深度調整。面對多重且嚴峻的內外部衝擊，龍湖集團控股有限公司（下稱「龍湖集團」或「公司」，00960.HK）以超強的戰略定力與堅定的執行力，守住了產品交付、安全經營的底線，經營業績保持穩健，展現出優質房企的經營韌性與實力。

2022年，龍湖集團合同銷售額為人民幣2,015.9億元，對應銷售總建築面積為1,304.7萬平方米。營業額為人民幣2,505.7億元，同比增長12.2%；剔除公平值變動等影響後之股東應佔核心溢利為人民幣225.4億元，穩中有增；毛利額為人民幣530.4億元，毛利率為21.2%。剔除公平值變動等影響後之每股核心基本盈利為人民幣3.779元，全年合計派發股息每股人民幣1.13元。

當前，房地產市場已告別過去的普漲時代，具備產業與人才支撐的核心城市才有長期的需求支撐。此外，改善型住房需求成為市場主導，客戶對產品品質、服務質量及生活配套的要求不斷提升。在此背景下，高槓桿擴張模式已經不再適用，房企開始回歸產品主義及盈利本質。

對此，在業務佈局上，龍湖集團將戰略重點回歸到一線及主力二線在內的重點城市、核心區域。2022年，

公司新增收購土地儲備總建築面積448萬平方米，權益面積291萬平方米。其中，長三角地區、西部地區、華南地區、環渤海地區及華中地區的新增面積分別佔新增收購土地儲備總建築面積的51.8%、25.2%、9.7%、6.7%及6.6%。截至2022年底，龍湖集團土地儲備合計5,795萬平方米，權益面積為3,975萬平方米，土地儲備充足。

穩健是發展的前提。在業務經營上，龍湖集團不再追求規模的盲目擴張，而是更加注重產品的交付品質、回款質量及利潤率。在政策精準支持下，公司順勢提升周轉及去化，逐步優化存貨結構，修復盈利水平。在負債端，嚴控負債額的同時持續優化負債結構，堅持控制短債比及外債佔比，並於2022年底完成對2023年境外債務全部提前償還，外幣債務掉期比例至98%，基本完全規避匯率風險。截至2022年底，龍湖集團淨負債率為58.1%，在手現金為人民幣726.2億元。

充裕的現金和穩健的財務結構，為龍湖集團維持正常的銷售節奏以及保質保量交付打下了穩固根基，也為公司穿越市場週期，實現長期健康發展提供有力保障。2022年，龍湖集團全年100%如期交付11萬套以上品質住宅，客戶滿意度達約90%。

運營業務及服務業務方面，龍湖集團針對核心城市客戶的生活、工作、社交場景，通過品牌及資源整合，與住宅開發業務形成輕重業態結合的業務模式，持續豐富公司收入來源。2022年，由運營及服務業務組成的經營性收入實現236億元，同比增長25%，經營性利潤佔比達27%，利潤結構進一步優化。

展望未來，房地產行業在經歷深度調整後，隨著支持性政策的不斷加碼及政策效果的充分顯現，房地產市場信心正穩步恢復。龍湖集團以客戶需求為目標，精準洞察把握市場機遇，積極打造領先行業的全鏈條專業能力，在行業回暖預期下，有望持續引領行業發展。

易鑫集團：2022年淨利潤約3.71億元 同比增1181%

On February 27, 2023, Yixin Group (02858.HK) issued the preliminary annual results announcement for the year ended December 31, 2022. For the reporting period, the Company recorded a profit of RMB371 million as compared to RMB29 million for the year ended December 31, 2021, due to an increase in gross profit; The Company's balance sheet ratio increased to 31% compared to 21% as at 31 December 2021, mainly due to an increase in the group's net debt.

2023年2月27日，易鑫集團(02858.HK)發佈截至2022年12月31日止年度之初步年度業績公告。於報告期，公司錄得利潤人民幣3.71億元，而截至2021年12月31日止年度為人民幣2,900萬元，是由於毛利增加所致；公司的資產負債比率升至31%，而於2021年12月31日為21%，主要由於集團債務淨額增加。

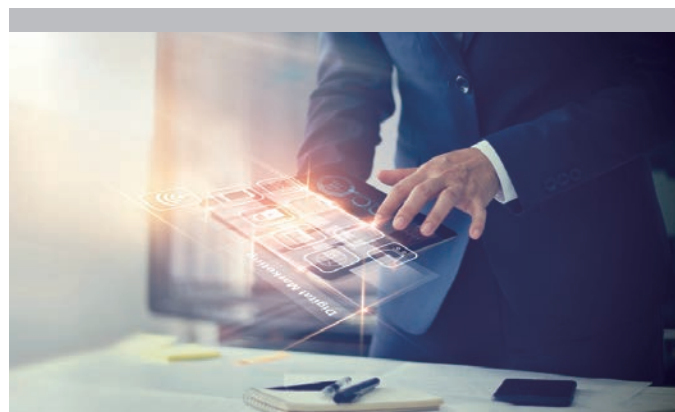
集團於2022年共錄得55.6萬筆融資交易，較2021年增長5%。2022年融資金額為人民幣530億元，較2021年增長18%。二手車交易占報告期內融資總額的52%。在本集團業務增長強勁的帶動下，新核心服務收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣23.47億元增長54%至報告期的人民幣36.10億元。

易鑫集團董事長張序安在業績會致辭中提到，由於中國汽車擁有量持續增長，加上各種刺激政策的幫助，二手車業務有望迎來持續增長的機遇。截至2022年12月31日，我們的逾期90天以上比率略微下降至1.92%，而截至2021年12月31日為1.95%。

截至2022年12月31日，易鑫(作為原始持有人及保薦人)已在上海證券交易所、中國銀行間市場交易商協會及上海保險交易所發行合共37項標準化產品，合計金額達人民幣449億元。本集團於2022年11月推出的結構性產品，是中國首個獲得國際「AAA」評級的資產支撐票據專案，而其優先A1類別的發行價為3.3%，創下易鑫歷史上的最佳記錄。

報告期內，易鑫通過豐富產品組合、改進服務流程及加強風險管理能力來增強核心業務，同時開拓潛在商業市場。資料顯示，2022全年，易鑫實現融資交易量55.6萬筆，同比增長5%；融資交易總額530億元，同比增長18%。其中，2022年易鑫二手車融資交易量為29.1萬輛，同比增長23%，在融資交易總量中的占比達52%。

展望2023年，易鑫在年報中對汽車融資市場前景表示樂觀。公司稱，將進一步加快數字化轉型、提高運營效率及增強風控能力。具有協同效益的業務組合，將進一步完善易鑫的「科技+金融」生態圈，使公司在快速的市場發展中更具韌性和活力。



三一國際2022年續創佳績 戰略成果斐然



2022年，面對複雜多變的國內外環境，許多企業紛紛遭受巨大的挑戰與壓力，不確定性之下，各行各業不得不在激烈市場競爭中摸索前行以適應新的形勢變化。

在挑戰與機遇並存的一年里，作為中國領先的礦山裝備及物流裝備製造商，三一重裝國際控股有限公司（「三一國際」或「公司」；股份代碼：00631.HK）展現出了強勁的生命力與活力，逆勢而上，交出了一份亮眼的年度業績報告。

業績快速增長研發投入 加大現金流充沛運營能力強勁

公告顯示，截至2022年12月31日止年度，三一國際各項業務齊頭並進，取得了優異的成績。隨著智能化、電動化產品快速投入市場，掘進機、綜採、寬體車及物流裝備產品收入增加，同時，國際市場拓展成效顯著，礦山裝備及物流裝備國際銷售收入大幅增長，受此推動，全年公司實現收入約人民幣15,536.7百萬元，較截至2021年12月31日止年度約人民幣10,194.6百萬元上升約52.4%。



盈利方面，2022年，錄得母公司擁有人應佔溢利為約人民幣1,664.9百萬元，較截至2021年12月31日止年度的約為人民幣1,259.1百萬元增加約32.2%。剔除2021年完成出售間接附屬公司新疆三一全部股權獲得收益的一次性項目的影響，經調整母公司擁有人應佔溢利約人民幣1,664.9百萬元，較截至2021年12月31日止年度的約人民幣1,108.6百萬元增長約50.2%。

年內，三一國際致力於提高智能化、電動化、國際化新品以及數據、演算法、軟件等方面的研發能力，在智能掘進機、智能綜採、智慧港口及機器人領域研發投入增加，研發人員薪酬激勵增加，全年研究及開發費用約為人民幣860.0百萬元，較截至2021年12月31日止年度約人民幣751.3百萬元上升約14.5%。

現金流量方面，2022年12月31日，三一國際現金及現金等價物以及三個月及三個月以上到期的定期存款合計約為人民幣2,689.8百萬元。公司堅持價值銷售，加強貨款回收，全年經營性現金流入淨額約為人民幣1,084.4百萬元，較2021年度的約人民幣922.8百萬元同比增加約17.5%，流動性保持充裕。

運營能力方面，三一國際的貿易應收賬款及應收票據週轉天數由於2021年12月31日的約188.5天減少15.8天至於2022年12月31日的約172.7天。由於加大對存貨的控制，推行直供上線和下線結算，分類管理，一品一策，公司的平均存貨週轉天數由於2021年12月31日的105.4天減少約11.4天至於2022年12月31日的約94.0天。因原材料採購增加及採購合同付款條件改善，貿易應付賬款及應付票據週轉天數由於2021年12月31日的約170.5天減少約0.7天至於2022年12月31日的約169.8天。

各項業務全面均衡發展 踐行社會責任塑造優良品牌形象

業務進展上，2022年，三一國際數智化、電動化及國際化戰略均取得突出成效，多款智能化、電動化產品下線，主要產品始終佔據行業領先位置，且多數產品的市佔率保持穩步提升。公司海外銷售收入亦持續增長，同比增幅達到101.5%。

在數智化戰略方面，公司在礦山裝備、物流裝備和機器人領域取得了突出的研發成果。智能掘進機銷售實現翻倍增長；智能採煤機實現全型譜覆蓋，累計銷售破百台；智慧礦山無人駕駛運營里程超30萬公里，綜合運行效率高達88%。同時，自動化軌道式龍門起重機簽訂總金額近10億元訂單，作業達到國內領先水平。

在電動化產品方面，公司加快了新能源礦車的上市速度，電動輪SET150S突破海外大客戶，於截至2022年12月31日止年度累計簽署訂單65台。純電動礦車已在多個國內外礦區成功應用，全球首創的集裝箱流動港機換電應用在北部灣碼頭啟用，統一換電標準，大幅降低整體成本。

此外，國際化業務的拓展也取得了豐碩的成果。掘進機、寬體車等產品在海外市場實現了收入的大幅增長，與PSA港務集團的深度合作也為公司進一步開拓國際市場提供了有力支持。機器人產品也成功打入海外市場，鋰電池拆解成套智能產線的出口則為客戶提供了高度自動化的生產解決方案。

踐行社會責任方面，公司秉持「品質改變世界」的理念，積極回應國家的「雙碳」政策，品牌聲譽持續提升。具體行動上，聚焦礦山及港口客戶綠色升級需求，積極打造清潔技術產品及解決方案。加快傳統產業與科技深度融合，賦能製造業智慧轉型。礦山裝備板塊純水液壓支架實現井下水資源零污染，獲中國煤炭工業協會科學技術進步二等獎，智能掘進機通過遠程式控制實現工作面少人化，助力煤礦實現綠色高效及智能化少人開採。物流裝備板塊全新升級的電動正面吊、電動堆高機及電動集卡等新能源產品全面領跑電動化賽跑，助力全球綠色港口建設。

公司具有高度社會責任感，積極參與社會活動，支持公共福利。竭盡全力為當地經濟，民生及和諧環境做出貢獻。礦山裝備產品參與雲南滇中重大引水工程建設，為當地利民工程解決安全及技術難題，物流裝備實現國內首個鐵路自動化軌道吊助力陽邏國際港水鐵聯運二期鐵路項目。公司重視「產學研」合作，與中國科學院金屬所、東北大學、瀋陽工業大學等高等院校開展技術合作，組織和推進關鍵技術和重點產品的自主創新，積極推動行業技術創新發展。

展望未來，儘管全球經濟依然存在諸多不確定性因素，然而在構建智慧礦山、智慧港口及智能工廠的進程中，將會為三一國際帶來巨大市場潛力和增長空間。公司將堅持高質量發展經營原則，並將加快數智化、電動化及國際化轉型戰略，以更好地迎接機遇與挑戰，創造更加優異的成績，回饋社會，回饋廣大投資者。



行業轉暖疊加爆款內容支撐 歡喜傳媒業績邊際改善可期

過去三年，影視行業陷入低迷，頭部企業同樣受到波及，行業版圖悄然生變。在此背景之下，一批「電影新勢力」乘勢崛起，例如歡喜傳媒抓住票房密碼，屢創佳作，行業影響力顯著提升。

近日，歡喜傳媒集團有限公司(簡稱「歡喜傳媒」或「公司」，01003.HK)發佈公告稱，預期公司投資及主控電影《滿江紅》將為公司帶來收益約人民幣12億(約合港幣13.58億)，並將於公司截至2023年6月30日的中期業績內反映。

公告還表示，歡喜傳媒已將《滿江紅》線上視頻播出版權授權北京字節跳動網絡技術有限公司之附屬公司(抖音)，並收取了授權費。此外，《滿江紅》也將在流媒體平台「歡喜首映」上線。

據了解，歡喜傳媒是影視行業中的知名企業，主要收入來源包括分佔票房收入、分授電影及電視劇版權和其他媒體相關收益。公司旗下運營流媒體平台「歡喜首映」，是會員制與收費點播相結合的精選電影平台，平台秉承「簡約、輕奢、無廣告」的運營理念，為互聯網用戶甄選海內外優質影視節目，覆蓋PC、移動、電視三大終端，資源優勢顯著，行業競爭優勢凸顯。

與此同時，歡喜傳媒正在豐富內容儲備，安排投資並已拍攝完畢的多部電影上映。其中包括蘇亮編劇並執導、黃渤主演的《學爸》，甯浩執導、劉德華主演的《紅毯先生》，陳可辛執導、胡歌、文森特·卡索和郝蕾等主演的《獨自·上場》，陳大明執導、張涵予主演的《無所畏懼》，顧長衛執導、葛優和王俊凱主演的《刺狹》，王小帥監製的《上山》，李陽執導、張若昀和鐘楚曦主演的《從21世紀安全撤離》，張國立執導及編劇、周冬雨主演的《朝雲暮雨》等預計2023年上映，優質的內容儲備將為歡喜傳媒的業績增長提供有力支撐。

從行業角度來看，當前電影行業復甦態勢正在逐步顯現，線下復甦亦大幅提振觀影需求。據燈塔專業版數據，截至3月19日，2023年度大盤票房(含預售)突破150億元，總出票3.13億張，場次2647.74萬場，行業逐漸步入正向循環。

在行業持續轉暖、優質爆款內容供給以及熱門檔期的帶動下，市場觀影需求有望得到實質性的提升，從而不斷增厚歡喜傳媒2023年影院票房及版權收入，夯實公司在行業的競爭優勢，迎來業績的邊際改善，賦予發展新動能。



呷哺呷哺全面啟動新模型 擴張開啟新一輪增長

In the first quarter of 2023, 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, achieved a year-on-year sales growth of 21.5%; The other brand from the Group, CouCou, achieved the same store sales growth rate of over 20% in Tianjin, Heilongjiang and Henan.

The Group will focus on digital marketing this year and will be the first to launch a multi-brand paid membership system in the catering industry in the second quarter. In addition, the Group’s Hong Kong, Macau, Taiwan and international membership apps are scheduled to be launched in the second quarter.

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)呷哺呷哺餐飲管理(中國)控股有限公司(「呷哺呷哺」或「公司」; 股份代號: 520.HK)于2022年新開86家餐廳, 經營的1,026家品牌餐廳實現營收47.25億元(人民幣, 下同)。

隨著疫情政策的優化, 集團業績恢復顯著。2023年一季度, 呷哺呷哺餐廳銷售同比增長21.5%; 湊湊火鍋在天津、黑龍江、河南等市場取得20% 以上的同店增長率。在新店計劃方面, 隨著「京滬雙總部」及「東擴南進」戰略的落地, 集團今年計劃新開230家餐廳, 截至目前已新開超50家。



值得關注的是, 集團今年將重點發力數字化營銷, 二季度率先在餐飲行業推出多品牌付費會員制, 屆時將實現「正常經營+付費會員」的雙重收入。此外, 作為全球一體化進程中重要的一部分, 集團港澳台及國際會員App也計劃於二季度上線。



2022年營收47.25億元 新零售及海外業務亮眼

由於疫情原因，2022年全國多地餐廳經營受到影響，中國餐飲業收入整體下滑，北京、上海、廣東等地表現更為明顯。以一家餐廳一天為單位統計，2022年呷哺呷哺餐廳無法營業天數約18萬天，湊湊火鍋餐廳無法營業的天數超8500天。在此背景下，2022年，集團經營的1026家品牌餐廳仍取得47.25億元的營收，展現出強大的經營韌性。

分品牌和業務來看，2022年，801家呷哺呷哺餐廳實現營收22.54億元，224家湊湊餐廳實現營收22.59億元；在新零售(調料產品、預製菜等)業務領域，集團實現營收1.43億元，佔總營收的3%，同比增長13%。

繼2019年在香港開出首家門店以來，集團持續在海外擴張。截至2022年底，集團在中國香港、新加坡共經營11家的湊湊餐廳，並以佔比5%的門店數量(湊湊餐廳)取得了10%的營收，同店增長達5.5%。2019年至2022年，上述市場的營收年複合增長率高達98.5%，年均經營淨利均取得千萬級水平。

2023年1季度，集團業績穩步復蘇。其中，呷哺呷哺餐廳銷售同比增長21.5%，客流同比增長19.8%；湊湊火鍋在天津、黑龍江、河南、山西的恢復勢頭極為喜人，取得20%以上的同店增長率。

全面啟動新模型擴張 2023年計劃新開門店230家以上

在門店擴張方面，2022年，集團仍然保持了門店數量的淨增長，在核心市場新開了86家餐廳。截至2022年底，集團各品牌門店總數達到1026家，其中包括801家呷哺呷哺餐廳，224家湊湊火鍋餐廳及1家歡樂燒肉趁燒餐廳。

2023年，集團開店速度還將加快，全年計劃新開門店230家以上。其中，呷哺呷哺品牌新開120家，湊湊火鍋新開超70家，歡樂燒肉趁燒新開20家。2023年一季度，集團已經完成了超50家新店的開張。海外市場方面，集團專門成立的港澳台及海外事業部將實行多品牌佈局戰略，今年計劃在中國香港、中國台灣、新加坡、馬來西亞等地新開超20家餐廳。

自2022年4月啟動「京滬雙總部」戰略後，集團一直聚焦「東擴南進」擴張。由於南北市場的差異化，各品牌在不斷優化門店模型，新開餐廳將全面啟動新模型。

以呷哺呷哺品牌來看，其2022年推出的擴張新模型在華東市場取得非常好的成績。其中呷哺呷哺上海寶楊寶龍點開業當天等位達到259桌，翻台率創歷史新高，取得15翻的成績。此外，呷哺呷哺天津、杭州、上海等新店在開業當天翻台均超過10翻。

集團「面積縮減、投資小、高翻檯」的餐廳模型已基本走通，新開門店均有所調整，力爭把餐廳投入回收期控制在14個月左右。從餐廳面積上看，呷哺呷哺餐廳將從平均200餘平米調整至150平米，湊湊餐廳從平均600餘平米調整至450平米，歡樂燒肉趁燒也將從340平米優化至280平米。

成立港澳台及國際事業部 呷哺呷哺台灣首店正式亮相

針對港澳台及國際市場，今年1月1日，集團專門成立了「港澳台及國際事業部」，專注於大陸以外的市場擴張。目前，除大陸以外，呷哺集團的餐廳佈局已擴至中國香港、中國台灣、新加坡等市場，今年還將向馬來西亞擴張。

2023年3月28日，呷哺呷哺中國台灣首家正式營業。據悉，台灣首店的商業模型屬於「升級版」呷哺呷哺，進一步優化和升級了鍋底、菜品等方面，但仍主打「一人一鍋」「高性價比」「套餐」「火鍋+茶飲」等的核心商業模式，目標消費群定位在大學生、白領等群體。自試營運以來，台灣首店取得了開門紅業績。資料顯示，單日營收最高破10萬台幣，日接待顧客超200人。

公司創始人、董事長賀光啟表示，台灣餐飲業發展程度高，希望通過在台灣市場培育更多的優質餐飲管理人才，打造優質餐飲人才的「黃埔軍校」，為公司全球市場擴張輸送精兵強將。公司此前曾與台灣多所大專院校建立合作招聘儲備幹部，該計劃有望再次啟動和擴大。

二季度將推出「付費會員」 打造戶外火鍋消費產品

隨著新消費模式的興起，2022年，集團打造了多元化新營銷陣地，全面向新消費陣營邁進。其中，集團多品牌會員系統于2022年8月上線，推出多品牌數字化營銷新玩法。在2022年年底開展的「會員儲值」優惠活動中，僅一個月就吸納高達2.7億元的儲值額。

2023年，在數字營銷方面，集團將重點發力會員系統，計劃於二季度推出188元的「年付費會員」，讓消費者可享受到多品牌的多重優惠，目前正在測試中。這將是餐飲業率先推出的多品牌付費會員營銷模式，屆時，集團將從正常經營的單一營收模式演變成「正常經營+付費會員」的雙重收入模式。

目前集團會員達3,000萬，今年預計突破4,000萬。假設以20%活躍會員數來算，付費會員或將帶來1.5億元的收入，成為集團非常亮眼的新業績增長點。同時，付費會員項目還能帶來更多的複購和頻次提升。此外，集團會員還將與抖音、大眾點評、阿里L100等會員平台進行打通，同時也計劃探索與世界500強企業及更多的第三方合作，聯合推出多元化、多樣化的異業數字營銷玩法。

作為全球一體化進程中重要的一部分，集團港澳台及國際會員App也計劃在今年第二季度上線。屆時，無論身在中國大陸、港澳台，還是海外地區，消費者僅需通過手機號碼登錄集團App，即可共用集團多品牌的會員權益。

此外，集團今年還將佈局不同的消費場景。以呷哺呷哺品牌為例，近期集團將推出適用於露營、郊遊、辦公室等場景的「火鍋鮮食+下午茶」等外賣產品。與此同時，集團還將通過與抖音、快手等平台合作，聯合打造官方號直播、達人直播、短視頻帶貨等方式進行多樣化營銷，推動銷售增長，預估成交額將從2022年的1億元增至2023年的2億元。

「創新與營銷能力的強弱決定了品牌在市場上的競爭力」。傳統餐飲企業如果在數字化、營銷、渠道、場景等方面不斷轉型升級、推陳出新，並在創新中加快連結業務的業績新增長，則能在激烈和外部環境中再次脫穎而出，加速進入新消費頭部陣地。未來，集團將繼續加快擴張步伐，加速數字化升級，積極把握新消費市場機遇，為集團打造業績新增長點，推動集團長期增長。

FBR顆粒硅獨當一面！ 協鑫科技研發投入繼續飆升62%



徐州、樂山、包頭三大10萬噸級矩陣相繼投產，協鑫科技(03800.HK)FBR顆粒硅產能全面超越棒狀硅，成為協鑫獨當一面、馳騁市場的競爭利器。

3月31日，協鑫科技2022全年業績發佈會在中國香港舉行。公司董事局主席朱共山表示，「對協鑫科技來講，2022年是關鍵的一年，也是為未來二三十年打下基礎的一年。公司顆粒硅產量連續攀升，數字化建設成果卓著，面對n型時代對高品質硅料的需求，協鑫科技已全面做好準備，並將加快推進海外佈局。」

此前一天，協鑫科技發佈2022年財務報告，報告期內，公司實現營收359.3億元(人民幣，下同)，歸母淨利潤160.3億元，同比大漲215.3%，尤其值得關注的是，公司首次在公告中披露了徐州基地顆粒硅製造成本43.73元/kg，達到行業領先水平。

「過去一年，協鑫科技在徐州之外兩大基地相繼投產，技術迭代與成本下降讓顆粒硅優勢幾何級放大，未來面對多晶硅行業的白熱化競爭，相信協鑫顆粒硅的綜合優勢將更加突出。」一位行業資深分析師表示。

經營業績再次登巔，顆粒硅製造成本揭開神秘面紗

疫情的退卻，讓協鑫科技業績發佈會重新回歸香港。3月31日，協鑫科技董事局主席朱共山、副主席朱鈺峰、聯席首席執行官蘭天石、首席財務官楊文忠、首席科學家蔣立民、高級副總裁胡澤義以及協鑫光電董事長范斌等公司管理層悉數出席。

「從最初的6,000噸，到如今進入每月1.5萬噸級時代，協鑫顆粒硅通過體系化、標準化、數字化、集成化、智能化、模塊化複製實現了產能高速擴張。」蘭天石在發言中表示：「目前顆粒硅品質正在由太陽能級向電子級快速爬升，全面滿足n型時代要求，同時依託低碳優勢，將全面為下游客戶賦能。」

的確，對於顆粒硅乃至整個協鑫科技來講，2022年都是大放異彩的一年，顆粒硅成功地在徐州之外，以10萬噸級規模模塊化複製並投產，實現顆粒硅技術迭代升級與品質快速提升，獲得了TCL中環、隆基綠能等下游頭部客戶的質證和首肯。

財報顯示，2022年，協鑫科技收入359.3億元，較2021年同期增加113%，公司歸母淨利潤約160.3億元，每股基本盈利約59.98分。

截至2022年12月31日，協鑫科技共生產多晶硅約10.47萬噸(未包含聯營公司6.45萬噸)，較2021年同期的4.76萬噸多晶硅增加120%，其中棒狀硅5.91萬噸、顆粒硅4.56萬噸，分別較2021年同期增長46.1%與537.3%。

報告期內，協鑫科技多晶硅出貨9.39萬噸(含內部銷售1.22萬噸)，銷售46,312兆瓦硅片(含代工硅片銷售27,704兆瓦)，較2021年同期分別增加96.4%及增加21.7%。協鑫科技棒狀硅與顆粒硅基本採用「同質同價」銷售策略，顆粒硅平均對外不含稅銷售約為每公斤228.5元(相當於33.0美元)。

協鑫科技表示，年內光伏材料業務毛利率為48.7%，其中顆粒硅單位毛利183.1元/kg，已達行業最領先水平；2023年2月，公司徐州基地顆粒硅生產現金成本37.29元/kg，製造成本43.73元/kg，領先優勢持續擴大，盈利優勢不斷凸顯。

據悉，這也是協鑫科技首次在公告中披露顆粒硅製造成本。據業內人士推測，隨著樂山、包頭顆粒硅基地全部投產，新設備疊加低電價優勢，意味著顆粒硅生產成本仍有大幅下降空間。

金嗓子喉片獲2022年度 中國OTC中成藥咽喉類第一名！



Golden Throat Holdings Group Company Limited is a leading manufacturer of lozenges in China. The Group's flagship product is Golden Throat Lozenges (OTC), which was launched in 1994. It is a type of lozenge mainly designed to relieve symptoms of sore and dry throat and hoarse voice caused by acute pharyngitis. Over the past two decades, with its well-recognised household name and the existing portfolio of products, as well as its strong marketing capabilities and distribution network, Golden Throat Lozenges (OTC) has become a widely recognised brand and the leader in lozenge products in China.

2023年3月，中國非處方藥品牌盛典大會上公佈2022年度中國OTC品牌統計排名，其中「廣西金嗓子有限責任公司」在2022年度中國非處方藥生產企業綜合統計排名中第四十八名；「金嗓子喉片」在2022年度中國非處方藥產品中成藥綜合統計排名中，榮獲「咽喉類」第一名。

3月底，金嗓子（股份代號：6896.HK）發佈截至2022年12月31日止年度的全年業績公告。於2022年，公司銷售額錄得顯著提升，集團收益較截至2021年年度增加約人民幣171.5百萬元或20.9%至約人民幣992.0百萬元。品牌知名度持續擴大，客戶忠誠度得到有力鞏固，研發工作有序推進，銷售網絡亦延伸至多個海外市場。

在研發工作方面，金嗓子成績卓著，且令業務獲益良多。自1994年以來，已成功開發32項新產品，並均已取得生產許可證，其中包括金銀三七膠囊等8項藥品、22項食品、1項保健食品及1項醫療器械產品。除進行自主研發活動外，還通過與醫院、藥品研究所及其他公司等外界研究機構合作開展研發活動。

金嗓子集團董事長江佩珍表示，「久坐不動、長期減肥和三餐不規律導致的腸胃健康問題，益生菌是小產品大作用，金嗓子使用自主知識產權的菌株造福國人！」在她看來，益生菌市場國民健康意識群體崛起，對益生菌市場的認知度提高，是營養健康產業的重要組成部分。當前益生菌產業具有較高的技術壁壘，行業的核心關鍵在於菌株，國內原料主要被進口品牌主導，擴大具有自主知識產權的菌株庫成為我們國內益生菌品牌發展的重中之重。

2022年6月，金嗓子集團與北京農學院「食品微生物功能開發」科研團隊合作研發的金嗓子複合益生菌含片問世，是自主開發的益生菌，獲得六種專利的活性益生菌，並採用三層包埋技術、360度熱輻射冷凍乾燥技術等國際領先技術保證益生菌活性品質。

金嗓子的益生菌產品針對中國人群量身定制，選擇了適合中國人種生理特點的益生菌，比如植物乳桿菌Zhang-LL、副乾酪乳桿菌KL1、動物雙歧桿菌A12等，容易適應和定植於國人腸道而發揮益生功效。

放眼未來，金嗓子將持續優化豐富產品體系，繼續強化組織能力建設，圍繞顧客運營、數字化行銷配稱組織資源，促進組織能力提升，建立金嗓子產品新增長邏輯，實現公司良性健康發展，繼續鞏固其於潤喉片市場的領先地位，逐步提升其於中國藥品及食品市場的市場份額。

興証國際聯合母公司興業證券 舉辦2023年海外資本論壇



China Industrial Securities International Financial Group Ltd successfully hosted the 2023 Annual Overseas Capital Forum in Shenzhen on April 20-21, 2023. The main conference featured speeches by Dr. Chao Duan and Yidong Zhang, followed by executives from Bosera Fund and other companies, who shared their views on investment areas and philosophy in 2023, offering a wealth of ideas for investors to consider. Besides, the event included several sessions for industry experts and institutional investors to engage in small-scale seminar. These sessions covered various fields such as overseas automotive, new energy, manufacturing industries etc.

2023年4月20日-21日，興証國際金融集團有限公司（「興証國際」，證券代碼：6058.HK）聯合母公司興業證券在深圳順利舉辦「科技新浪潮，港股中特估」2023年度海外資本論壇。

本次論壇是繼通關後，興証國際在深圳舉辦的首場線下投資論壇，上百家港股及美股中概股上市公司、產業專家、海外專業機構投資者、內地機構投資者齊聚一堂，共同探討並深度交流港美股上市公司在新形勢下的結構性機會和投資價值。

會上，興業證券首席宏觀分析師段超博士做了主題為《經濟的框架正在變化——東昇西降的大變局》的中國及全球經濟宏觀展望，並表示隨著地緣博弈加速演進，中國貿易框架可能正在髮生變化，中國經濟或將修複，而西方髮達經濟體的金融和經濟風險仍較高，美元貨幣體繫亦可能正在髮生變化。興業證券全球首席策略師、興証國際金融集團副行政總裁張憶東亦對《中國權益資產夏季投資策略》進行專題報告，他認為，歐美經濟去年放水續命的模式正在走向終結，而2023年中國經濟複蘇是全球宏觀的強邏輯，人民幣資產吸引力將會上昇。隨著AI創新科技號角的吹響，數字經濟或將是新的科技浪潮。隨後，博時基金、深圳盈泰投資、藍藤資本、深創投投委會、深圳新思哲投資的高管亦就2023年各自擅長的投資領域及投資理唸做了觀點分享，為投資者奉上一場思想盛宴。

除了主會場，會議還設置了不同行業的多個分會場，供產業專家與機構投資者小範圍交流，涉及海外汽車、新能源及製造行業、海外消費及海外醫藥等多個領域。

興業證券經濟與金融研究院成立於1998年，是國內證券行業最早從事賣方研究的機構之一。近十餘年來，穩居中國賣方研究第一梯隊，擁有一支近200人的高水平研究隊伍，在A股和海外研究領域擁有強大影響力。其中，海外研究團隊三十餘人，研究範圍涵蓋港股和美股，特別是對港股基本實現全覆蓋，長期在中國主流賣方評選中獲得海外研究領域第一名。

本次資本論壇的成功舉辦離不開上市公司和投資者的大力支持。未來，興証國際將進一步提昇銷售專業能力，豐富金融產品服務手段，洞察投資者需求，攜手更多行業翹楚和上市公司，為機構類客戶、企業、高淨值專業投資者創造更多、更優的投資機會，努力把公司打造成一個以研究和銷售推動大機構大投行「雙輪聯動」的國際領先綜合金融服務平臺。

關於興証國際

興証國際金融集團（「興証國際」，證券代碼：6058.HK）是一家集環球證券及期貨經紀、財富管理、資產管理、企業融資、債務融資、機構銷售與研究、固定收益等業務於一體的綜合性金融集團，旗下子公司持有香港證券及期貨事務監察委員會第1、2、4、5、6、9類受規管活動牌照。興証國際是中國領先證券金融集團——興業證券股份有限公司（「興業證券」，證券代碼：601377.SH）旗下的控股子公司，是興業證券推行國際化戰略的橋頭堡。2012年開業至今，興証國際已逐步在香港建立穩固根基，並躋身成為香港主要的綜合型券商之一。2016年10月20日，興証國際成功於香港聯交所創業闖髮行上市，2019年1月3日成功於香港聯交所主闖上市。

堅持可持續發展 筆克遠東可積極關注

Pico is a global leader in total brand activation with a proven track record of more than five decades. Experience-Led, Digital-First thinking and capabilities matter more than ever in today's fast-changing world. At Pico, we merge experiential, communication and technological talent to create extraordinary experiences and powerful activations engineered for superior results, engaging target audiences everywhere. We call it Total Brand Activation. Our uniqueness and strengths lie in the diversity of some 2,200 inspired professionals working in 35 cities worldwide. Backed by about 80,000 sq. m. of production facilities, their capabilities empower Pico to successfully meet or even exceed client expectations.

展覽產業是構建現代市場體系和開放型經濟體系的重要平台，亦是助推經濟發展的先導性產業，隨著全球疫情防控政策的不斷調整，越來越多的展會得以恢復舉辦，為筆克遠東(股份代號：00752.HK)這樣的行業龍頭提供了廣闊的發展空間。

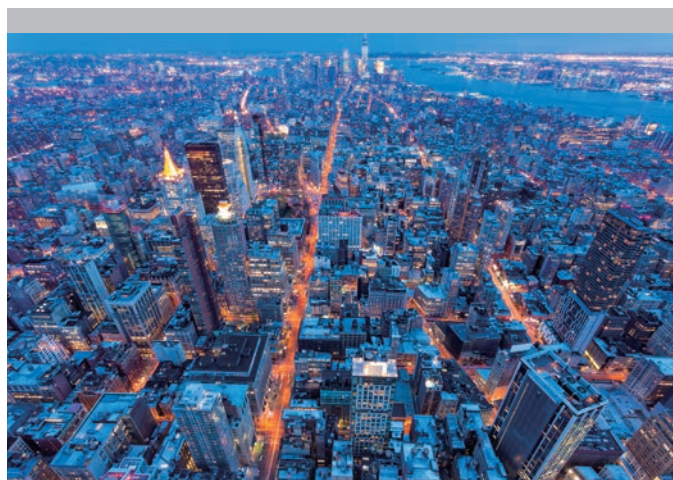
筆克遠東是譽滿全球的全方位品牌激活專家，該公司綜合實力強勁，業務多元化經營，主要包括「展覽、項目及品牌激活」、「視覺品牌激活」、「博物館及主題娛樂」以及「會議策劃激活」四大領域。

近期，筆克遠東發佈2022年環境、社會及管治報告。報告顯示，於2022年，該公司秉承「源頭減廢、循環再用、回收再造」的環保原則，促使營運流程完善，成功將2022年的溫室氣體排放量減少至每名僱員1.52噸。同時，該公司為僱員提供各種提升及重塑技能的機會，協助他們發揮專長，並與一間大學合力推出培訓計劃，給予僱員更多機會自我增值。

此外，筆克遠東鼓勵員工參與回饋社會工作。於2022年，筆克環球關懷行動領頭舉辦各種活動，包括為饒具意義的慈善項目籌募捐款、探訪貧困地區學校、種植樹木及捐贈各種物資予有需要人士，全面展示筆克遠東可持續發展舉措、成效和特色。

財務方面，得益於全球主要市場的復甦，筆克遠東業績持續增長。數據顯示，2022年該公司錄得收益45.41億港元，同比增加12.1%；公司股東應佔溢利為1.626億港元，同比增加18.8%。營收淨利保持行業領先地位，經營韌性盡顯。

股價方面，今年2月上旬以來，該公司股價陷入持續調整，相繼失守各條均線，目前仍處下行通道。交易策略上，短線應保守為主，積極關注K線走勢，待股價止跌企穩，確立反彈趨勢後，再逢低分層建倉，作中長線配置。



九毛九持續擴張 為疫情後的業務復甦做好準備

Jiumaojiu International Holdings Limited is a leading chained Chinese cuisine restaurant brand manager and operator, focusing on serving cuisines with quick services, and creating a casual and upscale ambience with modern decoration of restaurants which are primarily located in shopping malls. As of December 31, 2022, the Company operated 556 restaurants, covering 109 cities in the PRC, one city in Canada and Singapore.

(香港，2023年03月21日)九毛九國際控股有限公司(「九毛九」證券代碼：9922.HK)公佈2022年全年業績。2022年，由於中國多個主要城市的疫情感染個案再次回升及實施多輪不同規模的封鎖，集團絕大部份現有餐廳的業務運營均受到嚴重影響，若干餐廳於2022年暫停堂食服務平均達38天。受此影響，集團全年收入小幅下降4.2%至截至人民幣4,005.7百萬元，其中，來自九毛九和太二的收入佔總收入的比例分別為15.1%和77.6%；年度溢利達人民幣55.6百萬元。

2022年，為進一步擴大集團的市場份額，並保持作為中國領先的中餐廳品牌管理商及營運商的市場地位，集團遵循多品牌及多概念策略，並探索新業務機會。在疫情再次爆發期間，集團加快拓展餐廳網絡。於2022年，集團新開120間餐廳，包括102間太二餐廳及18間

愆火鍋餐廳。截至2022年12月31日，集團在中國109個城市、加拿大1個城市和新加坡經營556間餐廳。

集團竭力維持最佳的餐廳品牌組合，並專注於集團認為具有更大增長潛力的品牌。為此，考慮到2顆雞蛋煎餅品牌的未來增長潛力，集團於2022年6月出售了該品牌。集團將繼續投入更多資源於愆火鍋品牌及賴美麗烤魚品牌。2022年，集團新開18家愆火鍋，來自愆火鍋的收入由2021年的人民幣87.4百萬元大幅增加至人民幣259.4百萬元，同比增長196.8%。

於集團的餐廳中，10間自營餐廳於2022年關閉，主要由於(i)相關租賃協議終止及(ii)根據集團的評估，相關餐廳表現欠佳。此外，於2022年6月出售2顆雞蛋煎餅品牌後，7間2顆雞蛋煎餅自營餐廳及15間2顆雞蛋煎餅加盟餐廳已從集團的餐廳網絡移除。

集團主席管毅宏先生表示：「2023年，我們將繼續致力於通過精緻的菜品、優質的服務和獨特的用餐氛圍為顧客提供美妙的用餐體驗，為保持我們強勢的市場地位及提升我們的競爭力，我們將繼續實施以下發展戰略：通過進一步擴張去複製我們的成功；遵循多品牌及多概念策略，持續向更多細分市場擴張；持續增強我們的供應鏈及支援能力；及向全球市場擴張以獲得國際市場份額。」



渤海銀行資產規模穩中有進 數字化轉型成效凸顯

近期，渤海銀行發佈2022年度業績公告，公告顯示，年度內該行資產負債規模穩步增長，信貸業務結構持續優化，零售銀行轉型持續向好，資產質量風險可控，實現營業收入人民幣(下同)264.65億元，淨利潤61.07億元。

資產負債方面，存貸款規模均保持穩定增長。截至報告期末，渤海銀行總資產達到16,594.60億元，較上年末新增767.52億元，增幅4.85%；其中，發放貸款和墊款餘額為9,427.23億元，較上年末新增48.17億元，增幅0.51%。負債總額為15,495.09億元，較上年末新增733.65億元，增幅4.97%；其中，吸收存款8,639.34億元，較上年末新增280.13億元，增幅3.35%。

信貸業務方面，2022年，該行持續提升金融服務覆蓋面和可得性，積極支持製造業、民營、綠色金融、鄉村振興等領域的信貸投放，加大小微企業、三農、扶貧等領域金融支持，提高業務佈局與實體經濟的契合度，激發轉型新動能。截至報告期末，普惠小微貸款餘額657.31億元，較上年末增加62.49億元，增速達10.51%，高於一般性貸款增速10個百分點，切實有效滿足實體經濟融資需求。

值得一提的是，渤海銀行不斷推進數字化轉型，賦能零售業務差異化發展的效果突顯。零售銀行業務方面，去年該行上線新版手機銀行，全新打造以「數字化」「智能化」「聚合優質權益」及「沉浸式客戶體驗」為核心亮點的移動門戶APP；加強財富業務營銷和結構優化管理，推動私人銀行業務發展，提升高端客戶存量；不斷創新零售新型消費金融，持續豐富產品譜系，打造多樣化個人消費金融產品。截至報告期末，零售存款餘額1,687.24億元，較上年末增長25.04%，零售存款佔比達到19.99%；零售貸款餘額3,365.36億元，佔比達到35.16%。

此外，該行資產質量保持持續穩定，撥備指標符合監管要求，整體風險可控。截至報告期末，不良貸款餘額為168.07億元，比上年末下降0.28元；不良貸款率為1.76%，與上年末持平。貸款損失準備計提充足，貸款減值準備253.70億元，較上年末增加25.38億元；金融投資減值準備101.98億元，其他減值準備8.03億元；貸款撥備率2.65%，撥備覆蓋率150.95%。

展望2023年，隨著實體經濟逐步復甦以及貨幣政策精準有力、財政政策加力提效等有利效能釋放，商業銀行經營環境將總體向好，在此背景下，渤海銀行將持續打造具有較強創新能力和差異化競爭優勢的國內領先、國際一流的公眾持股銀行，促進經營管理績效及資本市場表現進一步提升。



新能源項目全面提速 華能國際業績騰飛在即



「雙碳」背景下，能源供給結構加速轉型，傳統發電公司作為「放碳大戶」，近年來紛紛加碼對新能源領域的佈局，推動公司實現高質量發展。華能國際(00902.HK)作為中國最大的上市發電公司之一，近年來加大新能源佈局力度，持續推進綠色低碳發展，優化業務結構，新能源業務佔比不斷增加，已成為拉動業績增長的重要驅動力之一。

截至2022年末，華能國際低碳清潔能源裝機佔比為26.1%，較2021年末增加3.7個百分點。具體來看，風電和光伏項目是公司新能源業務發展的重點。2022年全年，公司新增新能源裝機605.8萬千瓦，其中新增風電裝機309.3萬千瓦，新增光伏發電裝機296.5萬千瓦。截至2022年末，公司境內風電可控發電裝機容量為13.63GW，風電、光伏新能源裝機容量佔比提升至15.64%，較2021年提升約5個百分點。

在風電及光伏裝機容量增長的提振下，華能國際新能源發電量快速增長。2022年，公司風電及光伏上網電量同比分別大幅增長34.01%及71.29%。各風電場及光伏電站貢獻稅前利潤73.83億元，較2021年增加17.64億元，增幅約31%，為公司業績修復提供了強大支撐。

華能國際的新能源轉型之路正在繼續推進過程中。根據該公司對外公佈的新能源發展規劃，十四五期間，華能國際計劃新增風電光伏裝機要超過4000萬千瓦；十四五末，清潔能源裝機比例要達到45%。此外，在今年2月中國華能集團2023年新能源建設推進會上，公司董事長溫樞剛對外表示，2023年全年華能將開工新能源3000萬千瓦以上，投資額超過1000億元。

為了保障這一目標的實現，華能國際將繼續加大對新能源的投入。根據華能國際2023年資本支出計劃，該公司預計在風電與太陽能發電業務上的投入分別達到118.36億元與140.00億元，遠超計劃對火電投入的53.90億元。高目標疊加高投入，2023年，華能國際新能源裝機量有望迎來爆發式增長。

火電業務方面，2022年，受煤價上漲影響，華能國際火電廠售電單位燃料成本增加，不過售電價格上漲部分抵銷了成本端上升帶來的不利影響，全年公司火電業務同比減虧22.24億元。展望2023年，隨著中國國內動力煤保供穩價持續推進，長協煤簽約比例及履約率均有望進一步提高，加上進口煤數量增加，預期將帶動國內煤價逐步回落，緩解公司火電板塊成本端壓力，助力火電板塊實現扭虧為盈。

綜合而言，隨著能源供給結構改革的深入，清潔能源消費市場將進入加速發展階段，為清潔能源發電帶來廣闊的市場空間。新能源項目建設提速以及火電業務盈利修復，預計將為華能國際持續貢獻業績增量，促進新一輪的業績騰飛。

中國國航邊際改善曙光漸現 多重利好提振民航業未來可期

2022年，全球經濟增速顯著放緩，國際貨幣基金組織預測全球經濟增長率從2021年的6.2%下降至2022年的3.4%。在市場持續低迷、國際地緣衝突、人民幣貶值、油價高企等各種超預期不利因素的影響下，中國航空業在2022年遭遇了前所未有的困難局面。

對此，中國國際航空股份有限公司(下稱「中國國航」或「公司」，股份代碼：601111.SH; 00753.HK)迎難而上、奮力拼搏，全力抓好安全生產、努力應對經營困難、持之以恆提升服務，各方面工作保持了平穩有序態勢。近日，中國國航披露了2022年度業績，全年實現營業收入人民幣528.98億元；其中，航空運輸收入為人民幣483.81億元；其他經營收入為人民幣45.17億元。

隨著疫情防控政策的優化調整，疫情對人們的影響逐步消退，旅客出行熱情已慢慢點燃，中國民航業長達連續三年的低谷期宣告結束。春節後，航空市場加速復蘇，淡季量價表現超預期。以三大航司最新披露的2月份運營數據為例，中國國航、中國東航、南方航空保持持續回血狀態，2月份客座率均達到了70%以上。不僅如此，在客運運力投入以及旅客周轉量上亦是一大亮點，紛紛呈現穩步向好趨勢。其中，中國國航旅客周轉量、客運運力投入分別環比增長了6.7%、2.7%。

中國國航作為中國唯一載旗航司，坐擁第一國門首都機場，擁有豐富的優質時刻資源和中國最具價值的旅客群體，品牌價值深厚。值得一提的是，公司於4月10日發佈公告稱，其已完成山航集團股權收購及對山航集團增資。至此，中國國航口徑下國航機隊達896架，機隊規模比肩南航，同時在山東市場和日韓東南亞市場上的優勢也將得到大幅增強。2019年，公司國際及地區RPK佔比約41%，為三大航之首。

值得一提的是，近期以來，有關旅遊業的利好政策也頻頻發佈，疊加地方惠民措施協同助力，中國旅遊市場正加速回暖，當前航班量恢復情況亦相當可觀。中國旅遊研究院預計2023全年國內旅遊人次和國內旅遊收入恢復至疫情前的70%至75%，入出境旅遊人次有望恢復到疫前的三到四成。今年，夏秋航季的一個突出特點就是國際及港澳台地區航線恢復明顯。

另外，首創證券最新研報指出，4月上旬國內航班量修復超越2019年同期，國際航班量修復至2019年兩成；海外旅遊修復逐步展開，預計五一和暑運將會迎來旅遊出行高峰，帶動航空公司收入向好；疊加油價下跌、匯率穩定，成本費用端趨穩，航空公司盈利修復可期，推薦關注中國國航等標的。

歷經三年業績低谷期後，中國國航終於涅槃新生，迎來邊際改善的曙光。2023年，在國際油價下降、國際航線恢復運營、兩岸通關等多重利好消息的催化下，中國國航有望估值重構，打開向上彈性空間，實現量價雙升的戴衛斯雙擊。



銀行2023年度策略： 春江水暖，萬象更新

摘要：2022年銀行業經營面臨弱現實。2022年疫情反復帶來經濟增速下滑，房地產風險暴露引起市場對銀行資產品質的擔憂，銀行板塊估值走低。同時，2022年銀行經營進一步分化，經濟發達區域的優質城農商行受益於地區旺盛的信貸需求延續業績高景氣。國有大行承擔穩增長、讓利實體的背景下營收增速有一定下滑；股份行在實體需求走弱和資本市場表現乏力的壓力下信貸投放疲弱、中收增速放緩。

2022年銀行業回顧：
板塊整體估值承壓，個股經營分化

2022年銀行板塊行情回顧

2022年銀行板塊始終保持相對滬深300指數的超額收益，板塊行情可大致按照關鍵事件劃分為四個階段：

第一階段(年初-4月上旬)：在年初寬貨幣、寬信用的催化下，一季度信貸實現開門紅，銀行板塊獲得超額收益；

第二階段(4月上旬-7月下旬)：4月上海等地疫情衝擊下市場走勢整體下行，7月房地產出現動盪，市場對銀行涉房資產品質的擔憂加劇，銀行估值走低；

第三階段(7月下旬-11月上旬)：穩增長政策頻出，但受美元加息、疫情反復等因素影響，銀行板塊隨大盤下行；

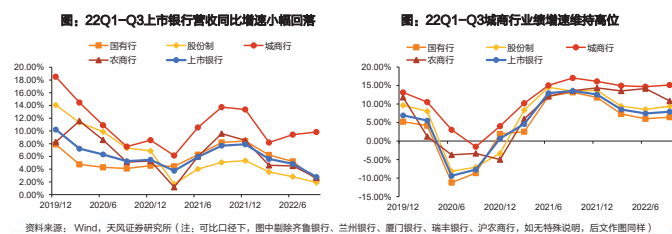
第四階段(11月-12月)：支持地產融資「三箭齊發」，從保項目到保企業，地產風險暴露隱憂漸消；同時疫情防控政策優化，政策反轉下銀行板塊指數小幅回升。



經營回顧：營收增速回落，經濟發達區域城農商行業績維持高增速：

22Q1-Q3上市銀行營收和歸母淨利潤增速整體放緩，42家上市銀行營收、歸母淨利潤同比增速分別為2.83%、8.02%，增速較21全年分別下滑5.10pct、4.62pct。其中國有行、股份制、城商行、農商行營收同比增速分別為2.36%、1.91%、9.78%、4.14%，歸母淨利潤同比增速分別為6.47%、9.39%、15.20%、12.98%，業績分化明顯。

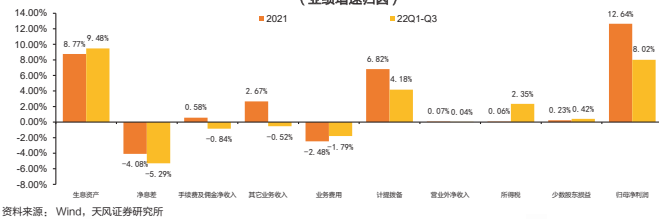
受益於寬信用下部分區域信貸需求較旺盛，部分經濟發達區域城、農商行業績增速依舊維持在20%以上高位。其中，杭州銀行(31.82%)、成都銀行(31.60%)、江蘇銀行(31.31%)、張家港行(30.10%)、蘇州銀行(25.92%)、常熟銀行(25.23%)、江陰銀行(22.38%)、瑞豐銀行(21.31%)、南京銀行(21.28%)、無錫銀行(20.73%)、蘇農銀行(20.65%)、寧波銀行(20.16%)，除成都銀行外均為長三角區域性銀行。



業績增速歸因：規模驅動更進一步，息差拖累加劇：

規模驅動更進一步，息差拖累加劇。業績歸因來看，正向貢獻方面，1)在2022年寬信用環境下，銀行加大信貸投放，22Q1-Q3生息資產擴張對業績增速的貢獻達9.48%，較2021全年提升了71bp，是業績增長的主要推動力。2)支出方面，22Q1-Q3業務及管理費用拖累減少，亦對利潤增速提升有正向貢獻。負向貢獻方面，1)較2021年全年，淨息差對業績增速的貢獻負向效應更明顯，貢獻度邊際下滑1.21pct，主因一是在LPR利率下調背景下貸款利率持續下行，二是22年銀行的信貸投放集中在定價較低的對公信貸領域，零售信貸投放相對乏力，導致銀行息差顯著收窄；2)22年前三季度上市銀行雖依然撥備反哺利潤，但力度較21年有所下降。3)受資本市場波動等因素影響，22Q1-Q3上市銀行中收貢獻轉負，對業績增長形成一定拖累。

圖：規模增長作出主要貢獻，業務及管理費用拖累減少（業績增速歸因）



2023年銀行業展望：財政加力提效，基建投資助力穩增長

2023年穩增長訴求依然強烈

2023年「穩增長」的政策主基調不改。12月政治局會議提出「突出做好穩增長、穩就業、穩物價工作，推動經濟運行整體好轉，實現質的有效提升和量的合理增長」，將「穩增長」放在「三穩」首位。

穩增長是穩就業的前提，2022年經濟下行壓力加大，多個月份失業率超過政府年初制定的5.5%目標。我國2022年新增就業人數為1,100萬人，累計同比下降4.96%，近期多次會議部署2023年要突出抓好穩就業工作，我們預計在失業率亟待改善的形勢下，2023年GDP增速在2022年的GDP增速目標基礎上穩中有升。

圖：預計23年GDP增速穩中有升



圖：2022年多個月份失業率超過目標

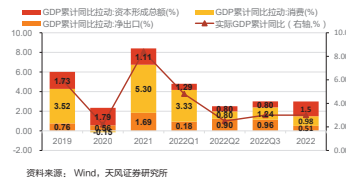


「三駕馬車」有望發力接續

從我國2022年前三季度GDP累計同比拉動因素來看，在22年受到疫情等因素影響，居民收入預期和消費走弱的背景下，投資和淨出口的拉動作用較往年相對穩定。

22年下半年我國受到海外加息潮影響，出口增速承壓，外需走弱可能性加大，內需是下一階段經濟運行整體好轉的重要抓手，中央經濟工作會議指出「要著力擴大國內需求，充分發揮消費的基礎作用和投資的關鍵作用。」2023三駕馬車中消費和投資端有望接續發力。

圖：「三駕馬車」對GDP的累計同比拉動



圖：出口金額同比增速 (%) 自22年8月起連續下滑

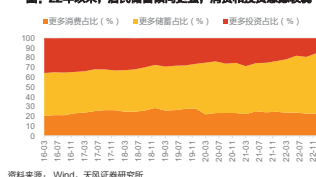


政策鼓勵恢復和擴大消費，居民消費有望邊際回暖

消費端來看，2022年受到疫情等因素影響，居民對未來收入預期的不確定性增強，加之2021年房地產風險暴露驅使居民購房更加謹慎，導致2022年居民消費低迷、加杠杆意願下滑，2022年社會消費品零售總額同比下降0.2%，22年全年居民貸款同比少增4.09萬億元，同比少增量創歷史新高。我國2022年12月疫情防控政策調整，而後多地疫情陸續達峰，擁堵延時指數明顯回升，居民線下生活正在向常態邁進。

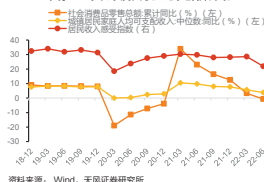
2023年，提振居民端信心和擴大居民消費或成為政策主旋律之一。中央經濟工作會議提出，「著力擴大國內需求，要把恢復和擴大消費擺在優先位置。增強消費能力，改善消費條件，創新消費場景。多管道增加城鄉居民收入，支持住房改善、新能源汽車、養老服務等消費。」隨著居民正常生產生活逐步修復，國家近期多次出臺政策擴大內需、鼓勵居民消費，隨著疫情好轉、居民收入預期恢復，居民消費有望邊際回暖。

圖：22年以來，居民儲蓄傾向更強，消費和投資意願較弱



資料來源：Wind, 天風證券研究所

圖：22年以來居民收入感受指數下行



資料來源：Wind, 天風證券研究所

2022年寬鬆貨幣政策貫穿全年

2022年，為落實好穩經濟一攬子政策和接續措施，人民銀行加大穩健貨幣政策實施力度。從年初央行副行長劉國強在2021年金融統計資料新聞發佈會上提出「把貨幣政策工具箱開得再大一些，保持總量穩定，避免信貸塌方」；三季度人民銀行貨幣政策報告提到前三季度「運用再貸款再貼現、中期借貸便利(MLF)、公開市場操作等多種方式投放流動性；提前完成上繳央行結存利潤1.13萬億元；增強信貸總量增長的穩定性，在3000億元政策性開發性金融工具已落到項目的基礎上再增加3000億元以上額度。」寬貨幣的主基調貫穿全年，DR007利率中樞持續低於7天逆回購利率，市場流動性寬鬆。

圖：2022年市場利率持續低於政策利率，流動性寬鬆



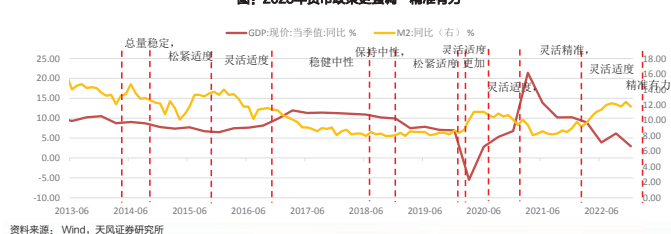
資料來源：Wind, 天風證券研究所

判斷2023貨幣政策保持穩健——總量基本持平，結構優化

2022年末政治局會議和中央經濟會議均提出「穩健的貨幣政策要精準有力」，較2021年末「穩健的貨幣政策要靈活適度」的表述，在「穩健」的貨幣政策基調下，更強調精準和有力。

2022年下半年以來，M2增速持續走高，處於歷史相對高位，M2與GDP剪刀差擴大。中央經濟工作會議強調「要保持流動性合理充裕，保持廣義貨幣供應量和社會融資規模增速同名義經濟增速基本匹配，引導金融機構加大對小微企業、科技創新、綠色發展等領域支援力度。」從會議定調來看，考慮到目前貨幣供應量和GDP增速的偏離、2023年M2增速或邊際收斂。2023年貨幣政策在穩健的基調下，總量上維持相對穩定，側重於結構上的調整，央行或延續2022年風格，持續創設和使用結構性貨幣工具達到重點領域精準滴灌的效果。

圖：2023年貨幣政策更強調「精準有力」

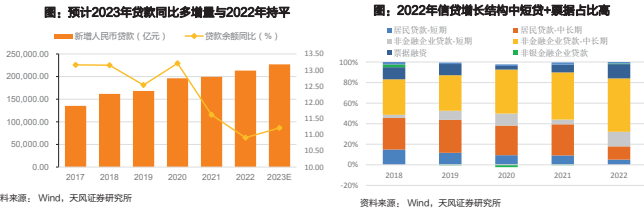


資料來源：Wind, 天風證券研究所

判斷2023年貸款增量基本持平，結構優化

展望2023在貨幣政策保持穩健的基調下，基建需求或是信貸增長的重要推動力，同時隨著疫情防控政策優化，企業復工複產、居民收入預期改善，企業端生產經營融資需求以及居民消費需求都有望逐步恢復。

我們預計2023年信貸結構的增長總量與2022年基本持平，信貸增量結構隨實體融資需求回暖較2022年優化。從總量上看，預計2023年新增22.7萬億左右(同比多增量與2022年持平)，對應同比增速11.2%；從結構上看，2022年貸款增量結構中短貸+票據融資佔比較高，反映出實體融資需求較弱；而居民貸款受收入預期影響，佔比低於往年，我們預計隨著實體需求的修復，2023年居民貸款和中長期貸款增速有望提升。



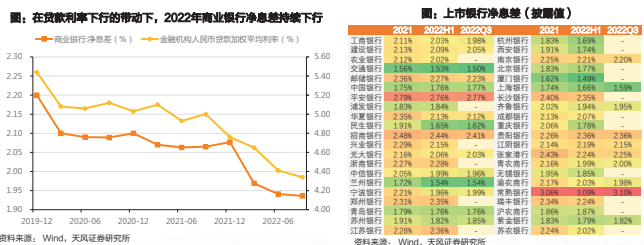
2023年銀行業展望：息差或「最後一跌」後有望企穩，資產品質隱憂漸消。

2022年銀行淨息差承壓，三季度降幅收窄

2022年銀行淨息差整體下行，三季度降幅收窄。資產端來看，2022年1月/5月/8月，LPR(5Y)環比變化分別-5/-15/-15bp，LPR(1Y)環比變化分別-10/0/-5bp，帶動銀行貸款利率走低，且22年信貸增長結構中以低定價的對公貸款為主，導致銀行生息資產收益率整體下行；負債端來看，2022年存款定期化趨勢明顯，定期存款佔個人和企業新增存款比例達82.90%，拉高了銀行負債成本。不過22Q3以來商業銀行整體淨息差下行趨緩，部分經濟發達區域中小行三季度淨息差已企穩回升，其中寧波銀行/蘇州銀行/紫金銀行淨息差分別環比抬升3bp；常熟銀行淨息差達到3.10%，大幅優於上市同業。

2022年銀行淨息差承壓，三季度降幅收窄

2022年銀行淨息差整體下行，三季度降幅收窄。資產端來看，2022年1月/5月/8月，LPR(5Y)環比變化分別-5/-15/-15bp，LPR(1Y)環比變化分別-10/0/-5bp，帶動銀行貸款利率走低，且22年信貸增長結構中以低定價的對公貸款為主，導致銀行生息資產收益率整體下行；負債端來看，2022年存款定期化趨勢明顯，定期存款佔個人和企業新增存款比例達82.90%，拉高了銀行負債成本。不過22Q3以來商業銀行整體淨息差下行趨緩，部分經濟發達區域中小行三季度淨息差已企穩回升，其中寧波銀行/蘇州銀行/紫金銀行淨息差分別環比抬升3bp；常熟銀行淨息差達到3.10%，大幅優於上市同業。



2023年初貸款復位價，淨息差或「最後一跌」

2022年以來銀行三次降息，2023年初銀行按揭貸款受到復位價影響。2022年以來LPR利率三次下調，我們根據2022Q3生息資產平均餘額，假設按揭貸款餘額佔比保持2022H1水準不變，測算出其對42家上市銀行淨利息收入和淨息差的影響。其中國有行由於按揭貸款佔比較大，息差收窄最為顯著，測算淨息差降幅在-5bp到-8bp。其次受影響較大的是股份行，淨息差變動在-3bp到-5bp。城商行和農商行受影響較小，大部分低於-3bp。

表：按揭貸款重定價對銀行淨利息收入和淨息差影響

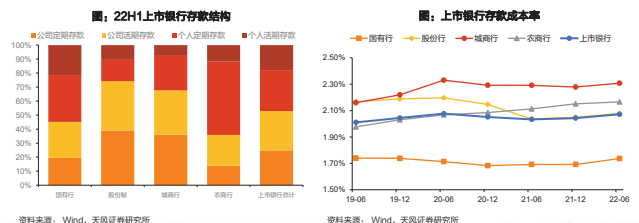
上市銀行	類型	22Q3末生息資產平均餘額(億元)	22H1按揭貸款佔比	22Q3末按揭貸款平均利率(%)	影響淨利息收入(億元)	息差影響(bp)	上市銀行	類型	22Q3末生息資產平均餘額(億元)	22H1按揭貸款佔比	22Q3末按揭貸款平均利率(%)	影響淨利息收入(億元)	息差影響(bp)
交通銀行	國有行	270259	23%	62.90	-186.88	-6.98	交通銀行	國有行	8271	7%	5.98	-1.90	-2.17
建設銀行	國有行	239103	26%	63.04	-189.17	-7.07	建設銀行	國有行	8278	10%	8.00	-2.40	-2.39
農工商銀行	國有行	228114	23%	62.07	-158.08	-6.92	農工商銀行	國有行	6342	7%	4.18	-1.24	-1.90
中國銀行	國有行	208816	23%	48.05	-145.51	-6.97	中國銀行	國有行	5848	8%	1.90	-0.57	-0.97
郵政儲蓄銀行	國有行	128209	17%	21.69	-65.07	-5.08	郵政儲蓄銀行	國有行	3868	8%	3.00	-0.94	-2.27
交通銀行	股份行	181162	17%	14.98	-44.24	-3.00	交通銀行	股份行	3810	13%	4.61	-1.38	-3.83
招商銀行	股份行	78444	17%	13.88	-40.73	-5.20	招商銀行	股份行	4475	7%	3.24	-0.38	-2.15
民生銀行	股份行	65348	13%	10.86	-32.69	-3.87	民生銀行	股份行	4542	8%	4.27	-1.28	-2.05
光大銀行	股份行	76532	11%	8.64	-29.38	-3.21	光大銀行	股份行	4068	8%	3.08	-0.83	-2.25
中信銀行	股份行	81029	12%	9.81	-29.79	-3.67	中信銀行	股份行	2333	11%	2.48	-0.78	-3.13
華夏銀行	股份行	49288	11%	5.81	-18.58	-3.78	華夏銀行	股份行	3388	8%	3.07	-0.81	-2.68
光大銀行	股份行	47917	13%	6.34	-19.03	-3.97	光大銀行	股份行	12795	8%	9.81	-2.34	-2.90
平安銀行	股份行	48834	14%	6.74	-26.23	-4.18	平安銀行	股份行	11448	10%	11.51	-3.45	-3.07
重慶銀行	城商行	38978	8%	3.10	-9.33	-2.52	重慶銀行	城商行	4244	7%	3.11	-0.98	-2.24
青島銀行	城商行	22988	4%	9.22	-2.78	-1.24	青島銀行	城商行	2580	5%	1.34	-0.41	-1.57
北京銀行	城商行	30389	11%	3.98	-10.10	-3.32	北京銀行	城商行	2100	未披露	未披露	-	-
上海銀行	城商行	26824	6%	19.74	-4.74	-1.78	上海銀行	城商行	2023	9%	17.4	-0.52	-2.58
江蘇銀行	城商行	26883	9%	2.86	-7.09	-2.62	江蘇銀行	城商行	1700	8%	10.4	-0.31	-1.84
天津銀行	城商行	20733	2%	4.34	-1.34	-0.62	天津銀行	城商行	1027	6%	8.0	-0.28	-1.73
廣東銀行	城商行	18088	5%	8.32	-2.41	-1.41	廣東銀行	城商行	1542	7%	10.8	-0.53	-2.05
杭州銀行	城商行	14468	6%	8.31	-2.49	-1.72	杭州銀行	城商行	1447	11%	16.2	-0.49	-3.38

資料來源：Wind, 天風證券研究所

2022存款定期化趨勢明顯，9月存款降息緩解負債成本壓力

銀行負債端存款成本相對剛性，在存款定期化影響下，22H1存款成本率整體上升。2022年在投資需求弱和房地產銷售下降雙重因素迭加下，低利率企業存款向高利率的居民存款轉移；同時在疫情等因素影響下居民的收入預期走弱，導致居民更傾向於持有定期存款，活期存款率下降。截至22H1末，上市銀行存款成本率整體上升3bp至2.07%。

銀行集體下調存款利率。2022年9月中旬，六大國有行和部分股份行集體下調人民幣存款掛牌利率。定期存款方面，三年期定期存款下調15bp，其他期限定期存款下調10bp；活期存款利率下調5bp至0.25%。



息差已接近行業承受下限，負債端成本有望持續優化

我們認為22年9月存款利率下調事件反映出目前的息差已經接近銀行經營的忍耐下限，在資產端優化定價支撐實體的背景下，我們預期2023年銀行存款端定價還有進一步的調降空間。從監管端來看，2021年6月人行改革了存款利率自律上限的確定方式，改為加點制，同時壓縮了存款利率上限水準；2022年4月監管鼓勵中小銀行將存款利率的自律上限降低10BP、5月建立存款利率市場化調整機制，不斷為存款利率的調整留出空間。2022年存款利率的調整也為更多行政性措施出臺留下了想像空間，我們預計為穩定銀行存款端成本，監管端和銀行可能採取更多方式比如適時控制部分高息存款的增長等，緩解銀行息差壓力，進而促進銀行支援實體增加信貸投放。

表：監管機構關於存款利率的發言

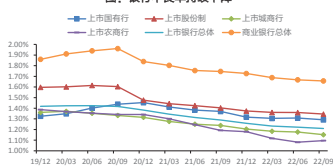
時間	會議/文件	主要內容
2021/2/4	加強存款管理工作電視電話會議	存款利率作為整個利率體系的“壓石”，要長期保留，堅持強化存款管理，守護好老百姓的“錢袋子”。
2021/6/25	央行貨幣政策委員會2021年第二季度例會	會議指出，健全市場化利率形成和傳導機制，完善央行政策利率體系， 優化存款利率管理 ，調整存款利率自律上限確定方式，繼續釋放貸款市場報價利率改革潛力，推動實際貸款利率進一步降低。
2022年4月	指導利率自律機制建立了存款利率市場化調整機制	指導利率自律機制建立了存款利率市場化調整機制，引導銀行根據市場利率變化合理調整存款利率，進一步推進存款利率市場化調整機制。
2022/5/9	2022年第一季度中國貨幣政策執行報告	報告指出， 4月 人民銀行指導利率自律機制 建立了存款利率市場化調整機制 ，自律機制成員銀行參考 1年期國債收益率為代表的債券市場利率以1年期、為代表的貸款市場利率 ，合理調整存款利率水平，加強存款利率管理，發揮存款利率市場化調整機制的引導作用。
2022/7/13	上半年金融統計數據情況新聞發布會	下一階段，人民銀行將繼續深化利率市場化改革，持續釋放LPR改革效能，發揮存款利率市場化調整機制作用，充分發揮自律機制作用，維護市場良好競爭秩序，推動繼續降低實際貸款利率。
2022/6/24	中國人民銀行貨幣政策委員會2022年第二季度例會	加強存款利率管理 ，高息存款利率市場化調整機制，充分發揮利率自律機制作用， 着力確定銀行負債成本 ，發揮貸款市場報價利率改革效能和指導作用，推動降低企業綜合融資成本。
2022/8/5	國務院政策例行吹風會	進一步發揮貸款市場報價利率指導作用， 存款利率市場化調整機制的引導作用 ，引導金融機構將存款利率下調效果轉到貸款數據，降低企業融資和個人信貸的成本。

資料來源：人民銀行、中國經濟網、中國政府網、天風證券研究所

2022年銀行帳面不良率與關注率持續改善

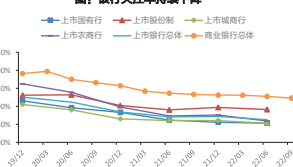
不良率持續下降。2022年以來銀行業整體不良率持續下降，截至22Q3商業銀行整體不良率為1.66%，較年初-7bp；22Q3末上市銀行整體不良率為1.21%，較年初-5bp，仍大幅優於商業銀行平均水準。橫向來看，不良率，上市銀行不良率指標中，農商行<城商行<上市銀行平均<國有行<股份制，截至22Q3不良率分別為1.1%/1.15%/1.29%/1.35%。具體來看，42家上市銀行不良率較年初31降3平8升，江陰銀行較年初降幅最大為-33bp，青農銀行較年初升幅最大為+17bp。

圖：銀行不良率持續下降



資料來源：Wind、天風證券研究所

圖：銀行關注率持續下降



資料來源：Wind、天風證券研究所

政策允許貸款延期，2023年資產品質以時間換空間

2022年在疫情和房地產風險暴露的影響下，市場對銀行資產品質的擔憂加大。年內監管多次出臺相關措施，支持重點領域貸款延期。一是對於小微貸款的延期還本付息措施再次延長至2023年中；二是鼓勵房地產貸款和債券合理展期，而且1年內無需調整貸款分類；三是鼓勵個人住房貸款依法自主協商延期還本付息等。

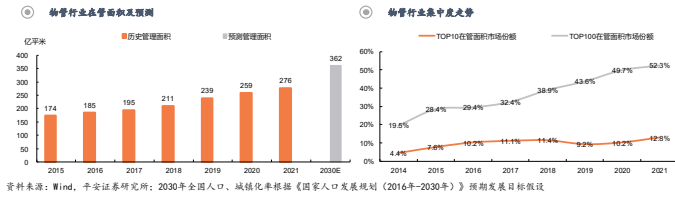
政策允許貸款延期並不下調貸款分類，一方面可以減輕銀行的減值計提壓力，銀行的帳面不良有望保持基本穩定，減少對當期利潤的侵蝕；另一方面，相關措施延續到2023年，減少了短期內銀行存量資產風險暴露的可能性，銀行和企業都有更多時間夯實資產品質。

表：2022年部分支持貸款延期政策

時間	出處	核心政策
2022-06-02	中國銀保監會《關於進一步做好受疫情影響困難行業企業等金融服務的通知》	商業銀行等金融機構要繼續按市場化原則與中小微企業（含中小微企業主）和個體工商戶、貨車司機等自主協商， 對貸款實施延期還本付息，努力做到應延盡延。
2022-07-21	人民銀行、文化和旅游部《關於金融支持文化和旅游行業恢復發展的通知》	銀行業金融機構要結合自身功能定位，按照市場化原則，通過新發貸款、展期或續貸等方式，積極支持文化和旅游企業抵禦疫情影響，不得盲目限貸、抽貸、斷貸。
2022-09-07	國務院常務會議	創業擔保貸款人因疫情遇困的，可展期1年還款，引導銀行增加中小微企業首貸、信用貸、接力貸、中長期貸款等。
2022-11-14	人民銀行、銀保監會、財政部、發展改革委、工業和信息化部、市場監管總局《關於進一步加大對小微企業貸款延期還本付息支持力度的通知》	對於2022年第四季度的到期，因新冠肺炎疫情影響暫時遇困的小微企業貸款， 鼓勵銀行業金融機構與借款人自主協商，原則上共同協商延期還本付息，延期貸款正常計息，免收利息 。還本付息日期原則上最長可延至2023年6月30日。各銀行業金融機構應根據借款人生產週期及資金回籠週期等，合理確定延期貸款的到期日及結息方式，避免集中到期壓力。
2022-11-23	人民銀行、銀保監會《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》	1. 支持開發貸款、信託貸款等存量融資合理展期 。對於房地產企業開發貸款、信託貸款等存量融資，在保證債權安全的前提下，鼓勵金融機構與房地產企業基於商業性原則自主協商，積極通過展期貸款展期、調整還款安排等方式予以支持，促進項目完工交付。自本通知印發之日起，未來半年內到期的，可以允許超出原規定多展期1年，可不調整貸款分類，展期系統內的貸款分類予以保持一致。 2. 鼓勵依法自主協商延期還本付息 。對於因疫情停工或停工、或因疫情停工失業而失去收入來源的個人，以及因疫情分期定式受或受困的個人住房貸款，金融機構可按照市場化、法治化原則與個人自主開展協商，進行展期展期等調整，相關方都要依法依規、信守合同、踐行承諾，切實保護逾期貸款的個人合法權益。

資料來源：銀保監會、中國人民銀行、中國政府網、天風證券研究所

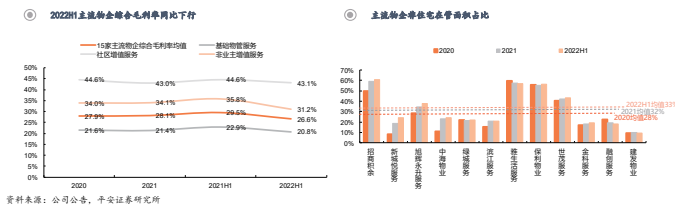
2021-2030年住宅物管滲透率每年提升1%，至2030年提升至59%；3)保守假設2030年末住宅物管、非住宅物管在管面積占比分別為66%、34%，維持2021年水準。



成本壓力下適度降低增速預期

除新房銷售中樞下移對物管規模擴張產生負面影響外，毛利率下行等成本端壓力亦可能拖累利潤端表現，需適度降低行業未來增速預期。

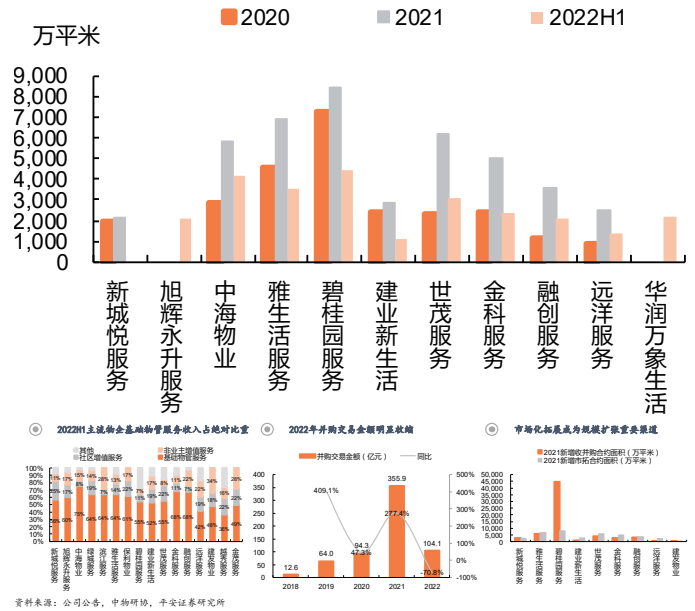
2022H1由於地產下行、防疫成本增加等原因，15家主流物企平均綜合毛利率26.6%，同比下降2.9個百分點。後續隨著新盤竣工體量收縮、在管項目平均樓齡增高、低毛利率的非住宅項目增長等，盈利能力仍可能趨勢下行。



行業回歸高品質發展

精耕基礎物管基本盤，向內生發展要動力：2022H116家主流物企基礎物管服務收入占比均值57.4%，較2021年提升5.3個百分點。作為增值服務開展土壤，基礎物管服務仍貢獻收入絕對比重，考慮其較強抗週期屬性，後續發展依舊值得重視。基礎物管拓展方面，外延式並購熱度降低，2022年並購交易金額同比下降70.8%；市場化拓展加速擴張，已成為物企長期發展的核心競爭力。

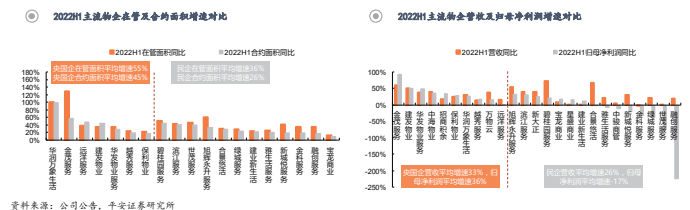
主流物企市場化拓展合約面積情況



物企加速分化，央國企及優質民企更具潛力

物企間加速分化，央國企及優質民企相對占優

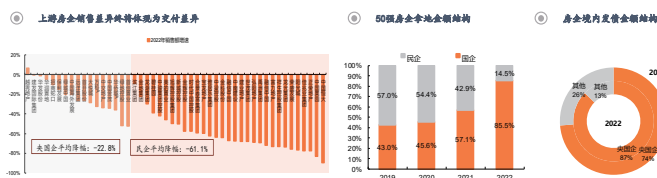
隨著房企信用事件持續發生，房企債務違約帶來的銷售、竣工放緩影響著關聯物企規模擴張、非業主增值等業務開展，同時房企現金流緊張亦導致物企回款困難、應收賬款賬期拉長甚至計提減值。相較而言，央國企及關聯房企風險可控的優質民營物企受房地產波動影響較小，在面積拓展、業績表現方面亦相對較好。2022H1央國企類物管公司在管面積、合約面積平均增速55%、45%，民營類物管公司平均增速36%、26%；2022H1央國企類物管公司營收、歸母淨利潤平均增速33%、36%，民營類物管公司平均增速26%、-17%。



房企分化將帶來物企資源稟賦分化

房地產調整以來大部分民營房企經營持續受損，融資順暢的央國企及高信用民企融資、投資、銷售優勢則持續凸顯，後續隨著房地產逐步修復，市場份額有望進一步提升。

關聯房企向好發展利好物管企業基礎服務、非業主增值服務等業務拓展，同時對物企經營穩定性、業務協同性、品牌價值打造等方面亦將起到一定保障。



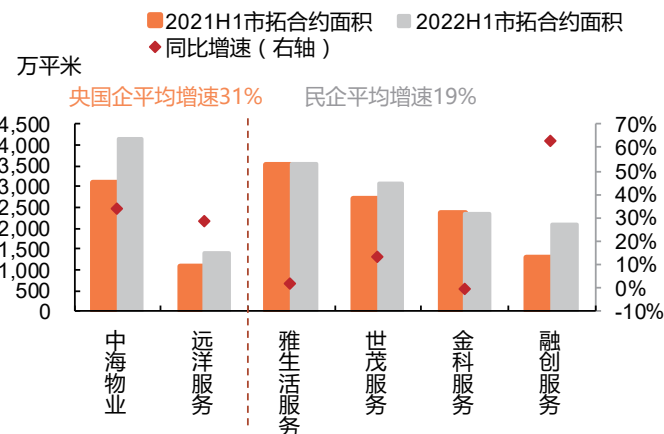
資料來源：克而瑞、中指、平安證券研究所

央國企躍升並購主力，市拓參與者表現各異

2022年收並購市場中國資背景企業表現活躍，並購交易金額占比55.8%。大規模收並購事件中，除碧桂園服務等個別民營物企略有參與外，主要參與者同樣為華潤萬象生活等央國企。往後看，憑藉穩健經營、充足現金以及較高資本市場估值，央國企在並購市場預計仍將佔據重要位置。

市場化拓展方面，行業參與者積極建立相關優勢，持續加快擴張步伐，央國企2022H1亦實現不錯表現(中海物業同比34%、遠洋服務同比29%)。另外保利物業等央國企非住宅領域優勢明顯，相關市場化競爭能力亦相對更強。

部分物企市場化拓展增長情況

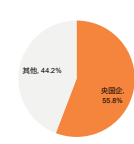


2022年大規模收并商事件明細

物企	時間	收購標的	收購進款	收購時估(億元)	收購PE	標的類型
華潤萬象生活(央國企)	2022/1/5	禹洲物業	100%	10.58	13.9	物業服務
華潤萬象生活(央國企)	2022/1/20	中南服務	100%	24.85	14.1	物業服務
合盛服務	2022/1/10	綠園海環境	50%	1.65	11.0	環衛
碧桂園服務	2022/3/29	中環百悅智住	93.76%	31.29	6.6	中高端物業
新華安服務	2022/4/11	明宇環球商管	51%	1.80	9.9	商業物業
招商積余(央國企)	2022/5/15	新中物業	47%	5.38	20.0	金融物業
金茂服務(央國企)	2022/6/17	首置物業	100%	4.50	13.7	兩端住宅&商業
遠洋服務(央國企)	2022/8/12	紅星物業	100%	5.00	6.1	物業服務
華潤萬象生活(央國企)	2022/9/28	祥生物業	100%	10.37	9.9	物業服務

總計: 收購進款 11.7

2022年收并商交易金額占比

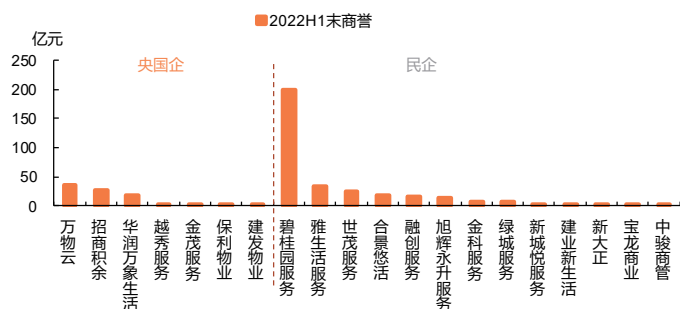


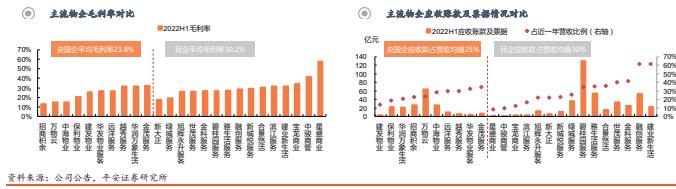
央國企盈利能力偏低，成本端壓力更小

2022H1主流央國企平均毛利率23.8%，低於主流民營物企的30.2%。由於本身管理存量樓盤較多、非住宅服務面積較大，後續央國企盈利能力下行空間或相對有限。

考慮民營物企應收賬款及票據規模較高，關聯房企已出險物企後續減值壓力仍存。同時此前民營物企頻繁收購形成的商譽亦存在減值可能。

主流物企商譽情況

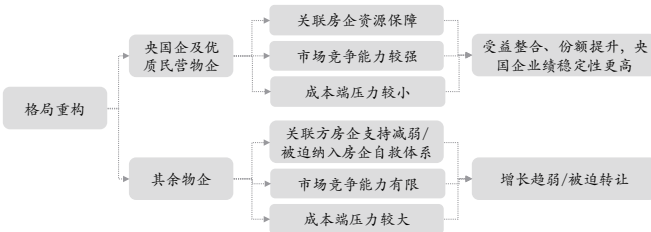




格局重塑過程中央國企及優質民企料持續受益

房地產市場波動、格局重構之下，物管競爭格局亦受到影響。其中關聯房企信用受損、市場化程度有限物企面臨市場競爭能力不足、關聯房企支援減弱甚至將其納入自救體系系統籌考慮的窘境，增長潛力有限甚至可能被迫轉讓以救助關聯房企；成本端該類物企應收款回收難度較大、業績不確定性較高。而央國企及關聯房企風險可控的優質民營物企，有望分享地產供給側改革紅利，憑藉自身較強競爭實力持續搶佔份額。但從央國企及優質民營物企對比來看，由於央國企類地產公司在房地產調整過程中融資、拿地、銷售優勢更為突出，由此形成的關聯方支持將更為確定，同時央國企類物企盈利能力下行及減值壓力更小，增長確定性、盈利穩定性相對更高。

③ 格局重構過程中央國企及優質民企將持續受益



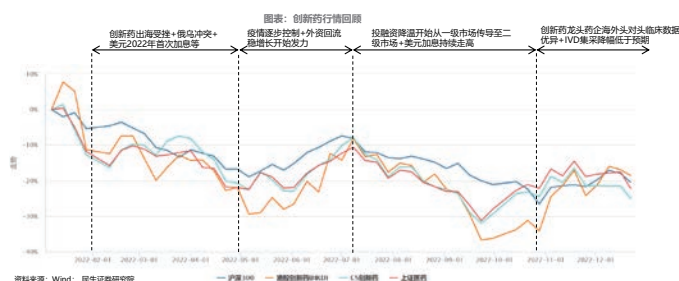
醫藥行業2023年度投資策略報告： 新時代下的慢牛起點，醫藥消費與製造共復蘇

摘要：2022年末，歷時三年的新冠防控終於落下帷幕，社會開始逐步恢復正常，過往在市場表現層面，疫情肆虐總是帶來醫藥板塊的階段行情，但實際上除了核酸檢測、防疫物資等少數板塊，絕大部分醫藥子領域基本面都在疫情期間受損。

創新驅動未來：Licence out獲得巨大成功，國產創新終結碩果

創新藥：一改2022年初頹勢，年內上演兩波行情

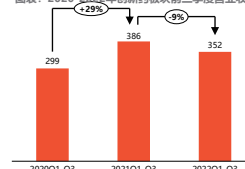
2022年創新藥一改2-5月份頹勢，5-7月第一波行情為A股大幅下跌後的流行性寬裕疊加美股XBI指數上漲帶來的系統性行情；10-12月第二波行情為醫藥整體行情中創新藥逐步走出獨立行情，並在此過程中逐步出現行業利好支持龍頭股繼續上漲。



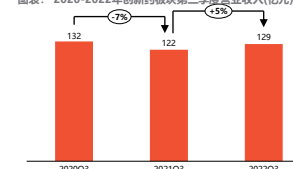
創新藥：Pharma類創新藥企穩健增長，新興Biotech銷售異軍突起

創新藥板塊分化趨勢較為明顯。從營收變動情況來看，部分傳統創新藥企受集採及醫保降價的影響，整體營收下降或增速較低。部分新興Biotech類公司營收增長喜人，達到高雙位數甚至翻倍以上增長，如榮昌生物、澤璟製藥等。

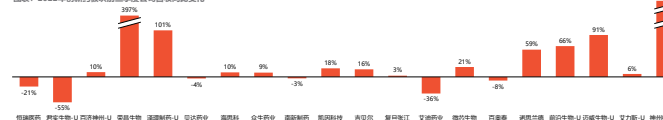
圖表：2020-2022年創新藥板塊前三季度營業收入(億元)



圖表：2020-2022年創新藥板塊第三季度營業收入(億元)



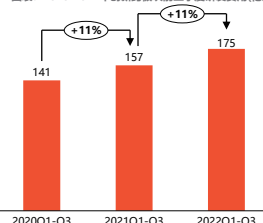
圖表：2022年創新藥板塊第三季度公司營收同比變化



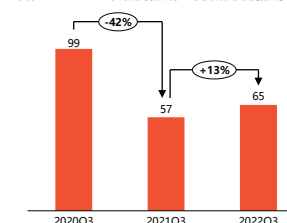
創新藥：研發投入持續加碼，有力支撐在研管線推進

從研發費用來看，創新藥廠商持續大力投入研發工作。參考2020-2022年前三季度板塊研發費用變化情況，2022Q1-Q3研發費用共投入175億元，同比增長11%，連續兩年保持雙位數以上增長。分季度看，2022年Q3創新藥板塊實現研發投入65億元，較2021年同期仍增長13%。

圖表：2020-2022年創新藥板塊前三季度研發費用(億元)



圖表：2020-2022年創新藥板塊第三季度研發費用(億元)



國產創新齊頭並進，biotech企業與傳統企業均有斬獲

目前截至2022年11月，國產原創上市藥物已成功上市12個，其中化學藥物7個，生物藥物5個。同時國產創新藥企呈現齊頭並進態勢，從Pharma類公司恒瑞醫藥，石藥集團到Biotech類公司樂普生物，康方生物均有所斬獲。

圖表：2022年上市國產創新藥物（截至2022年11月）

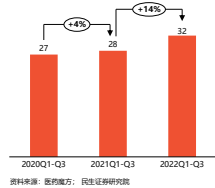
藥物名	商標名	公司	類型	批准日期
林普利塞	恩德瑞	瑞華藥業	化藥	2022/11/09
托魯地艾拉法辛	普欣林	緯創藥業	化藥	2022/11/03
普特利單抗	普佑恒	樂普生物	生物藥	2022/07/22
卡度尼利單抗	开坦尼	康方生物	生物藥	2022/06/29
瑞維魯胺	艾瑞德	恒瑞醫藥	化藥	2022/06/29
普克立生	寧欣豐	藥致藥業	化藥	2022/04/13
佩米替尼	达伯坦	信达生物	化藥	2022/04/06
斯魯利單抗	漢斯狀	復宏漢霖	生物藥	2022/03/24
羅維司羅	克司安	石藥集團	化藥	2022/03/18
依馬利尤單抗	伽靈芬	伽靈藥業	生物藥	2022/03/11
艾伏尼布	拓舒沃	基石藥業	化藥	2022/02/09
奧木替韋單抗	迅可	華北藥業	生物藥	2022/01/26

資料來源：醫藥魔方、民生證券研究院

Licence out獲得巨大成功，國產創新實力得到全球認可

從License-out數目來看，國內創新藥出海數目仍保持高速增長。參考2020-2022年前三季度板塊License-out變化情況，2022Q1-Q3License-out數目保持高速增長態勢，同比2021年增長14%，增速較2021年增長10pct。除了數量以外，交易總額也頻超預期，開始出現交易總額突破50億美元的deal達成。

圖表：2020-2022年創新藥板塊License-out項目數(個)



資料來源：醫藥魔方、民生證券研究院

圖表：2022年創新藥板塊License-out部分項目

項目名稱	許可方	受讓方	融資金額	交易總額	接收區域
七神ADC	科倫博泰	默沙東	1.75億美元	93億美元	全球
AK112	康方生物	Summit Therapeutics	5億美元	50億美元	美國、加拿大、歐洲和日本
全人源單抗平台HCab	諾敏生物	Moderna	600萬美元	5.6億美元	全球
CABA-201	明強生物	Cabaletta Bio	-	1.62億美元	全球
SIM0278	先聲藥業	Almirall	1500萬美元	5.07億美元	全球 (不含大中華區)
PRG-1801	普瑞泰	Galapagos	6000萬美元	2.5億美元	美國、歐洲、日本、其他
JMK002092	濟民可信	基昂泰克	6000萬美元	6.5億美元	全球
SYSA1801	石藥集團	Elevation Oncology	2700萬美元	11.95億美元	全球 (不含大中華區)
SKB315	科倫博泰	默沙東	3500萬美元	9.36億美元	全球 (不含大中華區)
利拉魯肽注射液	華東醫藥	Julphar	-	-	17個國家
HLX11, HLX13, HLX14	復宏漢霖	Organon	7300萬美元	5.41億美元	美國、歐洲、日本等

民族傳承之光：政策催化持續落地，戰略機遇長期演繹

2022Q1-Q3營收小幅增長，板塊利潤短期承壓

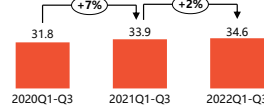
2022年疫情防控難度相較於2021年更大，2022前三季度以醫院和零售藥店為主要銷售管道的中藥板塊受到疫情影響較大；且2021年業績基數高，板塊業績短期承壓。我們選取SW中藥板塊中共75只個股，計算算數平均值。

從收入來看，中藥廠商營收小幅增長，短期受疫情影響。由於2022年疫情防控難度較2021年更大，以醫院和零售藥店為主要銷售管道的中藥板塊受疫情影響較大。參考2020-2022年前三季度板塊收入變化情況，2022年前三季度板塊實現收入34.60億元，同比增長2%，較2021年前三季度收入增速下降5pct。

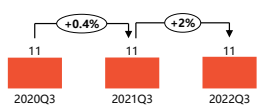
從利潤上看，中藥廠商歸母淨利潤略有下降，板塊短期承壓。由於2021年利潤基數較高，受疫情影響後板塊利潤短期承壓。參考2020-2022年前三季度板塊收入變化情況，2022年前三季度板塊實現淨利潤3億元，同比下降12%，較2021年前三季度淨利潤增速下降32pct。

從單季度上看，第三季度收入增速基本穩定，淨利潤表現符合預期。2022年第三季度中藥板塊實現收入11億元，同比增長2%；實現淨利潤1億元，同比下降4%。

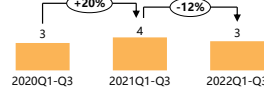
圖表：2020-2022年中藥板塊前三季度營業收入(億元)



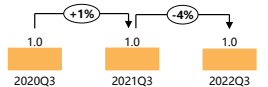
圖表：2020-2022年中藥板塊第三季度營業收入(億元)



圖表：2020-2022年中藥板塊前三季度歸母淨利潤(億元)



圖表：2020-2022年中藥板塊第三季度歸母淨利潤(億元)



中醫藥政策持續催化落地，戰略機遇長期演繹：

2021年以來，中藥板塊迎來多因素催化，各項支持政策逐步落地和出台，中醫藥迎來估值重塑的新成長性時刻，作為長期演繹的戰略性機遇，我們看好中醫藥三條主線：(1)國企改革主線相關公司的業績兌現；(2)中藥傳承創新的成果；(3)配方顆粒跟著備案節奏的放量。



中醫藥政策持續催化落地，戰略機遇長期演繹

2022年12月22日，國家藥監局綜合司發佈《中藥品種保護條例(修訂草案徵求意見稿)》並公開徵求意見，此前版本自1993年1月1日正式實施。此次修訂有望加速中成藥銷售，推動中成藥創新研發。中藥品種保護條例(修訂稿)的出台，標誌著優質中成藥不僅享有品種保護、市場獨佔，更與雙目錄掛鉤，增加優勢品種的終端需求和市場競爭力，中成藥銷售有望提速。同時條例還強調了中成藥在危重症、兒童疾病中的重要作用，以及循證醫學在中成藥研發中的重要地位，積極鼓勵中成藥的創新研發。

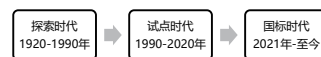


配方顆粒：新國標陸續實施，看好配方顆粒市場迅速擴容

配方顆粒行業在歷史試點情況的影響下，市占率相對集中在頭部企業。國內中藥配方顆粒行業首批試點生產企業是廣東一方、江陰天江、華潤三九、紅日藥業、

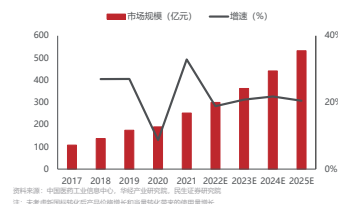
四川新綠色、培力藥業。2021年11月結束試點，中藥配方顆粒企業從試點走向正式生產、全國市場正式放開。當前行業的競爭格局較為有序，主要因為配方顆粒業務對企業全產業鏈能力等要求較高，從藥材採購到飲片加工、製劑生產均有較嚴格的要求。

圖表：配方顆粒發展的三個時代



資料來源：民生證券研究部整理

圖表：2017-2025年中藥配方顆粒市場規模(億元)及增速



資料來源：中國醫藥工業信息中心、華信產業研究院、民生證券研究部
注：其中2022-2025年為預測數據，具體數據以實際情況為準

配方顆粒：新國標陸續實施，看好配方顆粒市場迅速擴容

根據國家藥典委員會的資料，2021-2022年已經頒佈的中藥配方顆粒國家藥品標準總計250個((2021年共3批160+36+4個，2022年50個))。

中藥配方顆粒2022年處於新國標切換期，新國標實施後，中藥配方顆粒原材料成本和生產成本有較大幅度上漲。

2022H1原試點龍頭企業配方顆粒業務增速下滑，部分新入局者的中藥配方顆粒業務反而逆勢增長。2022H1中國中藥的配方顆粒業務營收27億元，同比下降49%。神威藥業中藥配方顆粒銷售額為4.69億元，同比增長46%。

醫療服務：政策影響見底，疫後修復彈性可觀

醫療服務：政策邊際緩和，疫後修復彈性可觀

全國疫情多點頻發下，民營醫療展現穩健運營能力：

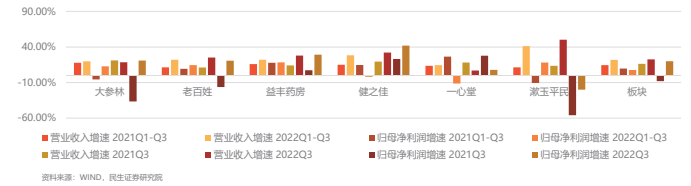
- 2022Q1-Q3 民營醫療服務收入增長11.11%(yoy)，淨利潤增長31.61%(yoy)，扣非淨利潤增長8.93%(yoy)；

- 2022 單三季度民營醫療服務收入增長 14.74%(yoy)，淨利潤增長 24.05%(yoy)，扣非淨利潤增長 25.12%(yoy)；
- 單三季度民營其中愛爾眼科受益於全國化佈局分散疫情風險表現優異(Q3 營收 yoy+16.38%)，而三星醫療主要受益於新併入康復醫院而加速放量(Q3 營收 yoy+42.37%)。

- 2022 單三季度藥店子板塊收入增長 23%(yoy)，淨利潤增長 20%(yoy)；
- 個股方面 Q3 淨利潤健之佳(+41.94%yoy)、老百姓(+20.79%yoy)、益豐藥房(+29.27%yoy)、大參林(+21.06%yoy)等表現優異。同店增速逐漸恢復至常態化增長，次新店陸續進入收穫期，疊加處方外流持續加速，板塊有望逐季迎來業績加速。

6	北京春風一方製藥有限公司	297	29	內蒙古普康藥業有限公司	152	52	河北國金藥業有限責任公司
7	天地恒一製藥股份有限公司	280	30	安徽宏方藥業有限公司	141	53	鴻程中藥科技有限責任公司
8	石家莊北藥製藥股份有限公司	276	31	浙江華益製藥有限公司	137	54	貴州益信中醫藥製藥有限公司
9	山東一方製藥有限公司	275	32	國藥集團中聯藥業有限公司	137	55	浙江康海製藥有限公司
10	廣州兆玉製藥有限公司	271	33	吉林敖東延福製藥股份有限公司	136	56	吉林敖東集團力源製藥股份有限公司
11	神威藥業集團有限公司	258	34	勁牌特正堂藥業有限公司	127	57	山東宏濟製藥集團股份有限公司
12	湖南新匯製藥股份有限公司	254	35	江西仙樂製藥有限公司	114	58	濟川藥業集團有限公司
13	江蘇康緣藥業股份有限公司	245	36	吉林吉爾吉藥業有限公司	113	59	陝西孫思邈高新製藥有限公司
14	江西神神藥業股份有限公司	240	37	安徽協和成製藥有限公司	113	60	華潤三九製藥股份有限公司
15	江蘇上海好士生藥業(集團)有限公司	234	38	四川福蓉江藥業有限公司	105	61	陝西益太藥業集團股份有限公司
16	湖南春光九龍現代中藥有限公司	231	39	天士力藥業集團股份有限公司	103	62	李時珍醫藥集團有限公司
17	上海方仕成藥業有限公司	224	40	貴州新天藥業股份有限公司	103	63	包頭中藥有限責任公司
18	湖北一正藥業股份有限公司	224	41	雲南神威德普瑞藥業有限公司	83	64	內蒙古京新藥業有限公司
19	河南紅日康仁堂藥業有限公司	215	42	廣西一方天江製藥有限公司	81	65	內蒙古藥業股份有限公司
20	國藥集團河濟堂(廣州)製藥有限公司	210	43	湖北恒安藥業股份有限公司	59	66	新華製藥股份有限公司
21	重慶紅日康仁堂藥業有限公司	206	44	安徽濟人藥業有限公司	56	67	貴州益信製藥股份有限公司
22	湖北康源中藥有限公司	201	45	浙江佐力藥業股份有限公司	52	68	廣西生源藥業科技有限責任公司
23	四川新綠色藥業科技發展有限公司	186	46	陝西一方康製藥有限公司	50		

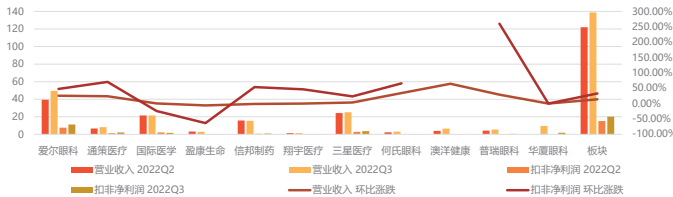
圖表：藥店板塊2022年Q3增速梳理



醫療服務：政策邊際緩和，疫後修復彈性可觀

Q3 疫情邊際緩解，民營醫院業績環比提升。隨著 Q3 疫情的邊際好轉以及疫情管控的精準化推進，疫情防控對公司經營層面的影響逐步可控，民營醫院板塊中，多數公司 Q3 業績環比提升。其中，國際醫學主要系 Q3 加大病床投入帶來相關運營成本增加以及疫情影響所致，而盈康生命負增長主要系成渝地區疫情形式對公司旗下四川友誼醫院和重慶友方醫院造成較大影響所致。

圖表：公司環比情況梳理(百萬)



資料來源：WIND，民生證券研究院。
注：由於華廈眼科2022年下半年上市，因此板塊數據間計算刪除了相關公司數據。

藥店：疫後恢復常態化運營，連鎖仍在持續擴張

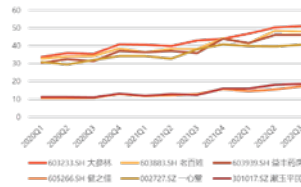
門店擴張加速，客流量回暖，全國化佈局持續兌現：

- 2022Q1-Q3 藥店子板塊收入增長 22%(yoy)，淨利潤增長 8%(yoy)；

藥店：疫後恢復常態化運營，連鎖仍在持續擴張

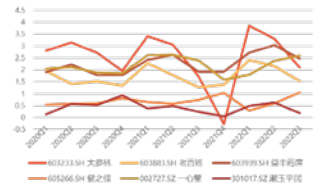
季度環比改善，疫情防控放開以及四類藥銷售的放開帶來人流量提升。隨著各地精細化防控措施的推行，以及藥品管控的持續放鬆，各地藥店四類藥(發燒、止咳、抗病毒、抗生素)限制銷售的政策逐步放鬆，帶動店鋪自然客流量提升，2022年Q4 業績有望持續向好。此外，2021年Q4 各地門店受到醫保系統切換的影響，導致相對較低基數，因此，我們預計藥店板塊業績將持續修復。

圖表：各公司單季度營收持續向好(億元)



資料來源：WIND，民生證券研究院

圖表：各公司Q3淨利潤穩中有升(億元)



資料來源：WIND，民生證券研究院

科學儀器持續攻關，高端醫療設備在醫療新基建支持下國產化率提升

科學儀器：持續攻關帶來高壁壘和優異格局

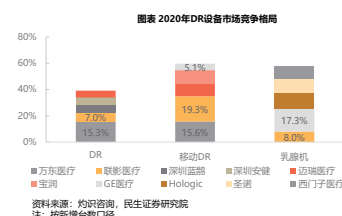
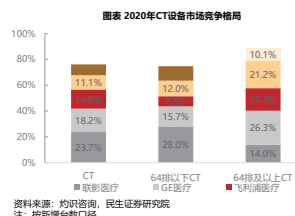
以質譜為例，我國近十餘年質譜市場呈現快速增長，在科研端、臨床檢測端滲透率顯著提高，Zion Market Research預計相關市場在2025年有望超過200億元。2003年進口300多台質譜類儀器，2005年進口950台，2007年達到1700台，2009年和2010年我國質譜類儀器的進口數量分別達到了3600餘台和4000餘台。2021年國內進口台數達到15000台規模，20年進口金額約105億元，同比增長15%。據新思界產業研究中心統計，2021年液質聯用儀國產化率不足5%。

21世紀以來，隨著質譜儀市場的迅速增長，高等院校、科研院所、留學歸國人才加速推動國產質譜儀的研發，近年來在質譜核心技術及品質分析器等核心零部件上取得突破。2006年，東西分析推出國產首台商用四極杆氣質聯用。2019年7月，聚光科技成功開發出三重四極杆串聯質譜系統，針對複雜體系中痕量有機物高通量、高靈敏度和自動化檢測需求，實現三重四極杆串聯質譜系統的國產化和產業化。



高端醫療設備：醫療新基建支持下國產化率持續提升

從競爭格局來看，醫學影像設備是醫療器械中技術壁壘最高的細分領域，目前在我國仍呈現出行業集中度低、企業規模偏小、中高端市場國產產品佔有率低的局面。近年來，伴隨國產醫療設備整體研發水平的進步，產品核心技術被逐步攻克、產品品質與口碑崛起，部分國產企業已通過技術創新實現彎道超車，進口壟斷的格局正在發生變化，國產醫學影像設備行業正逐步實現與國際品牌比肩並跑的目標。



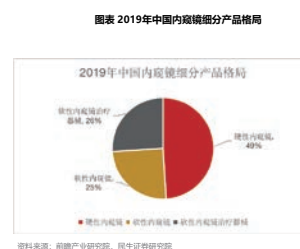
醫用內窺鏡是消化內科、呼吸科、泌尿外科、婦科等多個科室不可或缺的醫用診斷和手術設備，全球內窺鏡市場規模逐年增長。根據Evaluate MedTech預計，2019-2024年全球內窺鏡市場將從209億美元(2019)增長到283億美元(2024)，6.3%的複合增速。

受益於行業政策的各項支持和下游市場需求增加的驅動，我國內窺鏡市場前景廣闊。根據FROST&SULLIVAN資料，2018-2022年我國內窺鏡行業的市場規模將持續保持複合增速為9.25%的高速增長，預計將於2022年達到320億元。



內窺鏡細分產品中，硬鏡佔據了內窺鏡市場的半壁江山，軟鏡及其治療器具的市場份額占比均在1/4左右。

我國內窺鏡市場為外資企業主導，國產企業正在打破壟斷。由於我國內窺鏡生產企業起步相對較晚，以及內窺鏡產品的技術壁壘較高，我國的內窺鏡企業大多規模較小，市場競爭力不強，與國外領先企業差距較大。目前我國的內窺鏡市場主要由奧林巴斯、卡爾史托斯和史賽克三家外企巨頭壟斷，2020年全球市場份額分別為23.6%、10.3%和8.4%，市場集中度較高。我國少數企業在部分醫用內窺鏡細分領域的高端市場實現技術突破，國產品牌的市占率約為5%，國產替代空間廣闊。



原料藥：週期底部，重心上移

受地緣政治、防疫政策及新冠相關概念等影響，原料藥板塊一波三折

2022年初至12月，申萬原料藥板塊估值(市盈率，TTM整體法，剔除負值)下跌22.4%，其中：

1-3月：新冠治療相關概念、各地疫情多點散發以及防控措施趨嚴等因素擾動板塊估值；

4-6月：疫情封控、俄烏衝突導致上游成本加劇，板塊業績承壓，原料藥板塊估值下行；

7-9月：美元加息預期持續高位、全球地緣政治風險等因素引發大盤整體下行；

10月至12月：疫情防控政策逐漸放開，新冠治療相關概念以及藥品搶購導致上游原料藥板塊估值波動

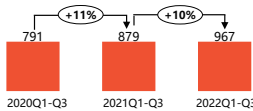


板塊業績受上游成本、下游需求端影響承壓

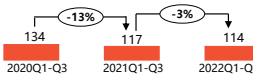
從收入來看，原料藥板塊收入增速略有放緩，但是疫情政策等影響逐步緩解。2022年前三季度原料藥板塊實現收入967億元，同比增長10%，較2021年前三季度收入增速下降1pct。整體板塊同比增速跑輸2021年同期主要因為上半年受疫情影響，藥品終端需求減弱，部分訂單延期交付或部分產品無法銷售。單季度上看，原料藥板塊部分企業發貨節奏的季度間波動引起同比增速有一定放緩。

從利潤上看，原料藥板塊同比增速放緩。2022年前三季度主要原料藥公司實現淨利潤114億元，與2021年同期相比下降3%，主要受疫情及海外影響因素較大，上游受石油漲價影響帶來生產成本上升，國內藥品端下游需求景氣度降低，使得上游成本無法轉嫁，中途疊加疫情帶來的生產受限等相關因素，企業邊際生產成本抬高，利潤端表現相對遜色於收入端。從單季度上看，原料藥板塊利潤增速下降幅度逐漸收窄。

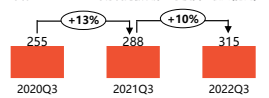
圖表：2020-2022年原料藥板塊前三季度營業收入(億元)



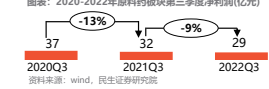
圖表：2020-2022年原料藥板塊前三季度淨利潤(億元)



圖表：2020-2022年原料藥板塊第三季度營業收入(億元)



圖表：2020-2022年原料藥板塊第三季度淨利潤(億元)



海內外藥品終端需求逐步恢復，上游原料藥板塊收入有望恢復快速增長

新冠疫情衝擊下，海外零售藥房銷售額整體上升。海外需求恢復以美國為例，美國藥店主要分為藥房和零售兩塊業務，藥房業務主要是根據醫生開具的處方進行配藥，零售業務主要是消費者購買非處方藥、保健品以及抗原檢測等醫療器械產品。2020年以前，美國市場藥店季度零售總額保持在700億美元左右，2020年Q1開始新冠疫情爆發以後，美國市場藥店季度零售總額波浪式上升，2021Q4達到峰值842億美元，相比疫情前2019年同期增加15.5%。

從美國醫院門診數量來看，疫情爆發極大影響門診治療的意願，2021年年中以後逐步恢復。總體而言，2020年的患者就診數量大幅下降。2021年年中以後，由於美國疫情得到緩解，而且疫苗得到了廣泛使用，因此醫院門診數量同比上升5.3%(2020年基數較低)。2022年也維持上漲趨勢，同比上升1.6%，未來隨著疫情的進一步緩解，醫院門診數量同比增速有望繼續回升。

圖表：2017Q1-2022Q2美國藥店季度零售額(百萬美元)



資料來源：Statista，民生證券研究院

圖表：美國門診數量同比增速(%)

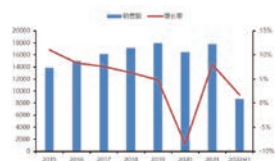


資料來源：IBISWorld，民生證券研究院

從國內需求端來看，根據米內網資料，2022年上半年我國三大終端六大市場藥品銷售額達8670億元，同比增長1.7%。經過2020年疫情後，中國藥品終端銷售額逐漸恢復，2021年基本回到2019年的水準，2023年整體需求有望繼續恢復。

另外，解熱鎮痛藥物需求激增，相關原料藥產線恢復運轉。疫情管控放開後，布洛芬以及對乙醯氨基酚等藥品需求井噴，由於之前布洛芬需求不大，部分藥企的產線之前因各種原因被擱置，近期已有不少被擱置的產線又開始運轉起來，除了關停產線復活外，已有產線也在加班加點保供應。

圖表：2015-2022H1全國三大终端藥品銷售額和同比增長率（億元）



資料來源：米內網，民生證券研究院

圖表：部分布洛芬和對乙醯氨基酚原料藥公司產能及地區

公司名	產品	年產能 (噸)	地區
新華製藥	布洛芬	8000	山東省淄博市
亨通藥業	布洛芬	3500	湖北省荆門市

公司名	產品	年產能 (噸)	地區
魯安藥業	DC扑熱息癮	9000	安丘
冀家藥業	扑熱息癮	25000	河北省衡水市
諾化社製藥	扑熱息癮	7000	江蘇省無錫市
魯安藥業	扑熱息癮	40000	山東省安丘市
康樂藥業	扑熱息癮	13000	浙江省溫州經
華德製藥	扑熱息癮	12000	江蘇省常熟市
丰原利康製藥	扑熱息癮	10000	安徽省蚌埠市

資料來源：健康網，民生證券研究院

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