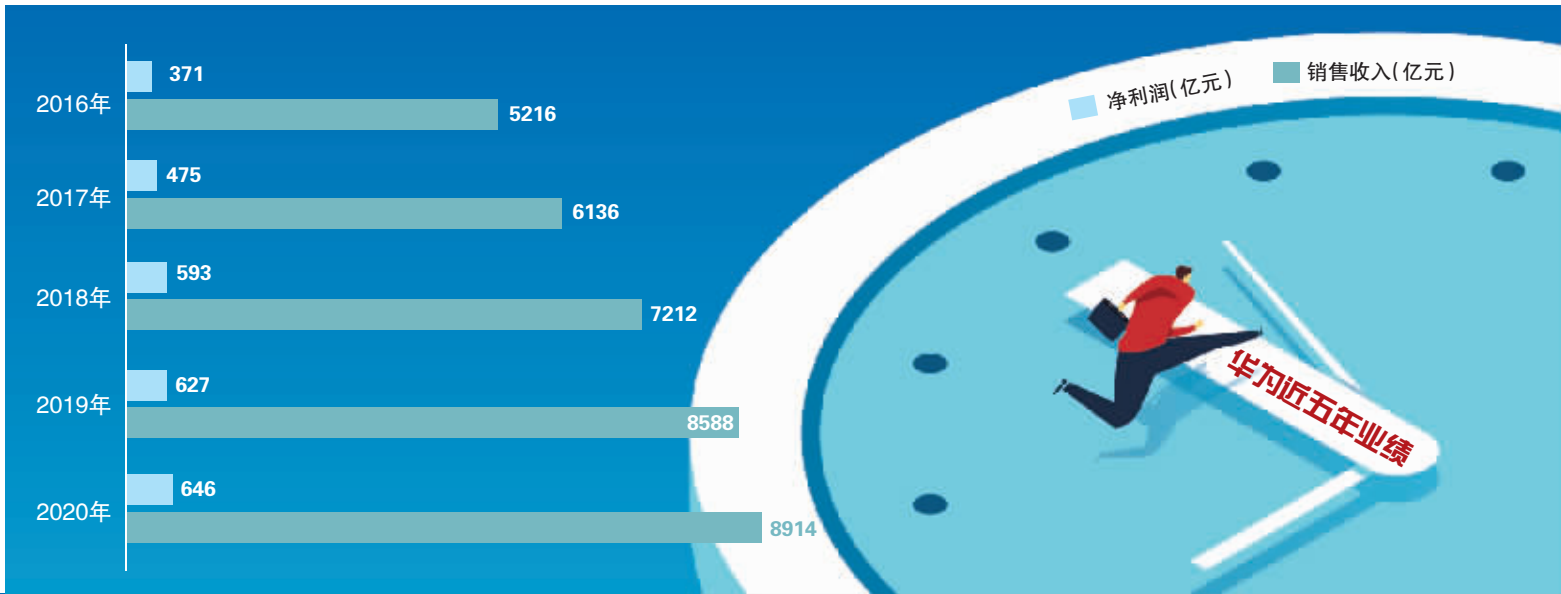


业绩增速放缓 华为负重前行

经历了被“卡脖子”的一年,3月31日,华为发布了备受关注的2020年财报。从全年业绩来看,增长速度放缓,基本实现了经营预期,但需要警惕的是,华为手机的销量确实较上年大幅减少,由于供应形势还未明朗,2021年对于华为来说仍然是艰难的一年。在这种环境条件下,华为需要在其他业务方面投入更多的精力和资金,以弥补手机业务缺失的那一部分收入。



一个是欧洲部分运营商排除华为,另外就是各国防疫情况下5G建设放缓,好在中国建设投入大。

汽车、鸿蒙两不误

手机业务危机四伏,华为其他业务还是非常有发展潜力的。比如,从财报数据中可以看出,华为企业业务发展迅速,增长幅度也最大。

关于华为智能汽车的规划和发展,胡厚■对北京商报记者表示:目前汽车是个热门话题,华为作为ICT行业如果不涉及汽车就有点落伍了,汽车这个行业与其他行业一样走到了数字化转型的时间点,汽车未来的发展方向一定是电动化和智能化,这个趋势不会改变。”另外,华为几年前就已启动智能汽车战略,定位为智能汽车部件供应商,帮助企业造“好”车,包括车联网、车语音、智能座舱、自动驾驶、智能动力系统,目前该定位并未改变。

马继华指出,智能汽车发展很快,华为与很多车企有合作,技术和相关服务会有比较大的增加;而随着5G网络覆盖范围扩大,企业业务还有比较大的发展机会。

此外,胡厚■还透露了鸿蒙系统的发展情况。目前Harmony OS已吸引到超过20家硬件厂商、280家应用厂商共同参与生态建设,下一步计划在手机上推出鸿蒙操作系统。“2020年HMS已经成为全球第三大移动应用生态,2020年年底全球注册开发者230万,其中国外30万,扩展应用超过12万个。”

华为董事长梁华称,尽管面临诸多不确定性,但华为将坚持开放合作,坚持全球化运营,携手全球合作伙伴,共同构建开放生态,推动科技进步与产业发展,为全球客户和社会创造更大价值。北京商报记者 石飞月

持续研发投入

财报显示,2020年华为业绩增长速度放缓,但基本实现了经营预期,其中销售收入为8914亿元,同比增长3.8%;净利润为646亿元,同比增长3.2%;经营活动现金流为352亿元,同比下降61.5%。

具体到各大业务板块,华为运营商业务收入为3026亿元,同比增长0.2%;企业业务收入为1003亿元,同比增长23%;消费者业务收入为4829亿元,同比增长3.3%。

具体到各大区域,除了中国区保持增长,其他区域都有不同程度的下降。中国区收入为5849亿元,同比增长15.4%,收入在全球的占比达到了65%,占比最高;欧洲、中东、非洲收入为1808亿元,同比下降12.2%;亚太收入为644亿元,同比下降8.7%;美洲收入为396亿元,同比下降24.5%。

“2020年华为的业绩增速确实放缓了,放缓背后,可以看到美国的打压对华为业务影响是很大的,尤其是消费者业务。在这样的情况下,我们仍取得了小幅度的增长,一方面是因为我们的努力,积极采取措施让我们供应实现多元化,对公司保持供应提供了保障;另一方面,我们依然坚持持续研发投入,2020年华为的研发投入依然实现了15%以上。当然还有消费者和合作伙伴的支持。”华为轮值董事长胡厚■说。

财报显示,2020年,华为研发总费用为1418.93亿元,较上年进一步增加,近十年累计研发投入超过7200亿元,全球从事研究与开发的人员约105万名,约占公司总人数的53.4%。

芯片储备够用

在芯片受限的情况下,华为手机去年的出货量大大下滑。数据机构IDC公布的全球手

机厂商季度报告显示,在2020年四季度,苹果手机一改下滑的势头,出货量达到9010万部,较上年同期增长22.2%,市场份额为23.4%,回归第一位;三星以7390万部的出货量位居第二,同比增长6.2%,市场份额为19.1%;而华为则由于受制于美国禁令的因素,出货量下滑42.4%至3230万部,落到全球第五,市场份额为8.4%。在全年的销售排名中,华为也以1.89亿部的出货量掉落到第三位。

华为不得不出售荣耀以减少损失。年报披露了华为出售荣耀的进展,目前该公司已经收到了出售荣耀买方支付的100亿元定金。原本荣耀终端有限公司100%的股权于2020年11月17日变更至深圳智信名下。受疫情等的影响,相关资产的交付不迟于2021年6月30日完成。

不过,胡厚■表示,终端虽然手机业务下滑,但1+8+N其他设备实现了增长。截至去年12月31日,华为全球终端连接数已经超过10

亿,手机存量用户突破7.3亿。

2021年,华为手机业务仍然面临着很大的挑战。今年的供应形势依然不太明朗,不太好预测手机业务本身有什么变化,但计划中的旗舰机型还会按照原计划推出。”胡厚■说。

芯片方面,胡厚■透露,华为此前做了一些储备,满足2B的客户需要没有问题,最终全球芯片供应的改善,还是取决于全球化半导体供应链的修复情况。华为芯片仍将采取合作开放的模式,不会涉及芯片制造环节。

在产业观察家洪仕斌看来,无论是长期还是现下,华为都无法脱离全球供应链的支持,与此同时,华为应该走设计、制造、品牌一体化的模式,寻求对整个产业生态的掌握。

除了消费者业务,从财报中可以看出,运营商业务也几乎没有增长。通信专家马继华认为,运营商业务主要受到两方面影响,

IPO计划流出“黯淡”极星重发光?

在销量在华掉队、发展慢半拍情况下,极星(Polestar)以一则IPO传闻重回舆论视野。3月31日,有消息称,极星拟启动IPO进程,计划赴港或赴美上市。作为吉利与沃尔沃联合打造的电动汽车品牌,极星诞生便自带光环。虽然在欧洲多地销量压过对手,但在股东方寄予厚望的中国市场,极星的表现却难言乐观。在此背景下,登陆资本市场能给极星带来多大帮助,极星又能否讲出新故事,正成为外界关注焦点。

赴美与赴港

3月31日,有消息称,极星正考虑包括特殊目的收购公司(SPAC)在内的上市方案,寻求在美国或者中国香港上市。对于该消息,极星中国相关负责人对北京商报记者表示:“不予置评”。

不过不管消息真假与否,极星早已到了该为自己绸缪的时候。

资料显示,极星为一家瑞典公司,早在1996年便与沃尔沃汽车在赛车运动领域展开合作,成为后者的“御用改装厂”。2015年,极星被吉利旗下沃尔沃汽车全资收购,成为全新、独立的高性能电动汽车品牌。

汽车行业分析师张翔认为,目前资本市场的新能源汽车板块火热,极星背靠吉利和沃尔沃,又主攻电动汽车领域,依托该风口,上市应该是一件比较容易的事情。不过,目前极星的业绩并不理想,此时上市企业估值可能会受到影响。

极星更适合去美股还是去港股?目前看来,国内已经上市的造车新势力,上市地点均为美股。金融市场专家董翔表示,单纯从融资角度看,极星更适合在美股上市,美国的量化宽松政策使得大量资金流入股市,近一年来大量美股企业(特别是科技类企业)的市值普遍走高。

而赴港上市的话,对于极星并非不可以,但可能会与母公司的重组计划产生冲突。极星母公司为沃尔沃,去年沃尔沃曾发布公告称,筹划与吉利汽车进行业务重组,重组后的资产

将纳入吉利汽车港股上市公司,整合后的新集团将保持沃尔沃、吉利、领克和极星等品牌的独立。

小众与主流

无论赴港还是赴美上市,极星都需要让投资者看到其发展潜力。作为一家新兴电动汽车企业,极星一开始选择切入极为小众的百万元级高性能车市场。2017年10月,极星亮相首款车型Polestar 1,该车为一款高性能电驱混合动力GT轿跑,每年限量发售500辆,销售价格高达145万元,2019年底启动交付。

“先通过高端车型树立品牌形象,再推出走量车型开拓市场,这是被特斯拉等车企印证过的行之有效的产品路线。然而,Polestar 1既没有帮助极星获得销量,也没有提高极星品牌的知名度。”经济学家宋清辉表示。

张翔认为,Polestar 1之所以未能提高品牌知名度,重要原因在于极星的营销投入不够。此前,为树立高性能品牌形象,蔚来投重金参加国际电动方程式比赛;为提高曝光率,蔚来、小鹏在车展等大型活动上也投入巨大,而极星此类动作并不多。

2019年3月,在Polestar 1尚未交付时,极星又推出面向主流市场的Polestar 2,该车定位豪华纯电中型车,对标特斯拉入门级轿车Model 3,官方指导价为29.8万-41.8万元,远低于Polestar 1。

不仅Polestar 1难言成功,Polestar 2也有些尴尬。在宋清辉看来,极星的产品路线风险

较大,Polestar 2并未继续布局高端性能车市场,而是选择下调价格门槛,杀入30万元以下主流家轿市场。由于Polestar 1并不成功,Polestar 2推出后,未来极星再想回头布局更高端的市场,会更为艰难。

海外与中国

去年下半年以来,极星在欧洲多地的销量超过对手Model 3,但中国市场的发展状况却不理想。在张翔看来,这也是极星适合赴美上市的另一个重要原因。

其实,吉利对极星在中国市场的发展,给予的支持力度并不小。极星汽车量产工作由位于中国浙江台州的路桥工厂负责,该工厂由吉利投资,沃尔沃负责运营。

不过,去年吉利控股集团董事长李书福也曾私下场合表示,极星声量太小,在营销和传播上应该多向吉利学习。

李书福表态后,去年极星高层人事出现多轮调整。3月2日,极星宣布,来自大众集团(中国)的营销老将高■将接替吴震皓担任极星中国区总裁。4月,沃尔沃大中华区销售公司市场副总裁车艳华调任极星,负责其中国区品牌建设与市场推广工作,直接向高■汇报。

尽管采取中国本地建厂、招揽外部人才等一系列支持措施,但极星在中国市场的发展仍不温不火。乘用车市场信息联席会发布数据显示,去年特斯拉Model 3在华销量达13.74万辆,摘得中国新能源乘用车销量榜冠军。而有报道援引中汽中心数据称,去年极星上险量累计仅365辆,排名豪华品牌上险量排行榜末尾。

张翔表示,中国新能源汽车市场竞争极为激烈,而极星在渠道、营销等方面不能适应竞争需求,因此导致销量不佳。目前,体验店是新兴电动品牌吸引用户的关键触点,而极星线下体验店数量太少,覆盖面有限。另外,其他造车新势力普遍注重营造社群,斥巨资开展很多线下活动来聚拢品牌粉丝,而极星则缺少这方面的努力。

北京商报记者 刘洋 濮振宇

聚焦

“两化”联合重组获批 将成全球最大化工企业

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)3月31日,国务院国资委网站发布消息称,经报国务院批准,中国中化集团有限公司(以下简称“中化集团”)与中国化工集团有限公司(以下简称“中国化工”)实施联合重组。由于两家企业均为央企,因此联合重组后,我国央企的数量将进一步减少至96家。

针对此次联合重组的更多细节,北京商报记者联系中化集团相关负责人,但截至发稿,尚未获得回复。

资料显示,中化集团是我国第四大石油央企,设立能源、化工、农业、地产和金融五大事业部,控股中化国际、中化化肥、中国金茂等多家上市公司,拥有全球员工近6万人。2019年,中化集团营业收入达到5863亿元,利润总额和净利润分别为186.8亿元、133.6亿元。

中国化工是在原化工部所属企业基础上组建的国有企业,是中国最大的化工企业,拥有化工新材料及特种化学品、农用化学品、石油加工及炼化产品、橡胶轮胎、化工装备和科研设计6个业务板块。2019年,中国化工营业收入为4543.45亿元,净利润为27.55亿元。

事实上,从2016年10月开始,中化集团和中国化工合并的传闻便开始出现。2017年6月,中国化工正式完成490亿美元的超级并购案,总负债规模陡增,中化集团与中国化工合并传言再度甚嚣尘上。2018年3月,中化集团方面表示,没有和中国化工合并的计划。

2018年7月,国务院国资委发布公告显示,中化集团董事长宁高宁兼任中国化工董事长;任建新卸任中国化工董事长、董事职务,退休。此事被外界视为中化集团与中国化工合并一事获得坐实。

据了解,如果中化集团和中国化工成功合并,是继中电投与国核技(国家电投)、神华集团与国电集团(国家能源投资集团)、中核与中核建(中核集团)之后的第四起能源行业央企重组。按照营业收入计算,合并后的两家央企将成为全球最大化工企业。

值得注意的是,中化集团和中国化工在业务上具有较强互补性。一方面,中国化工在橡塑机械制造方面,总能力居世界第三,是中化集团天然橡胶和橡胶化学品业务的上游企业。

另一方面,中化集团是世界重要的天然橡胶生产和供应商,而中国化工在2015年完成对意大利轮胎制造企业倍耐力的收购后,轮胎产能已居国内第1位、全球第15位。此外,在许多化工原料和化学品业务上,两家企业也联系紧密。

金融市场专家董翔表示,中化集团和中国化工一旦完成重组,将在化工业务和农业业务方面打通上下游产业链,实现垂直化布局,这有利于提高新集团整体的抗风险能力。不过,两大央企的联合重组牵涉面极广,合并后如何实现各业务板块之间的有效协同,以及合并后如何获得更强市场竞争力,仍有待观察。