

# 业绩增速放缓 华为负重前行

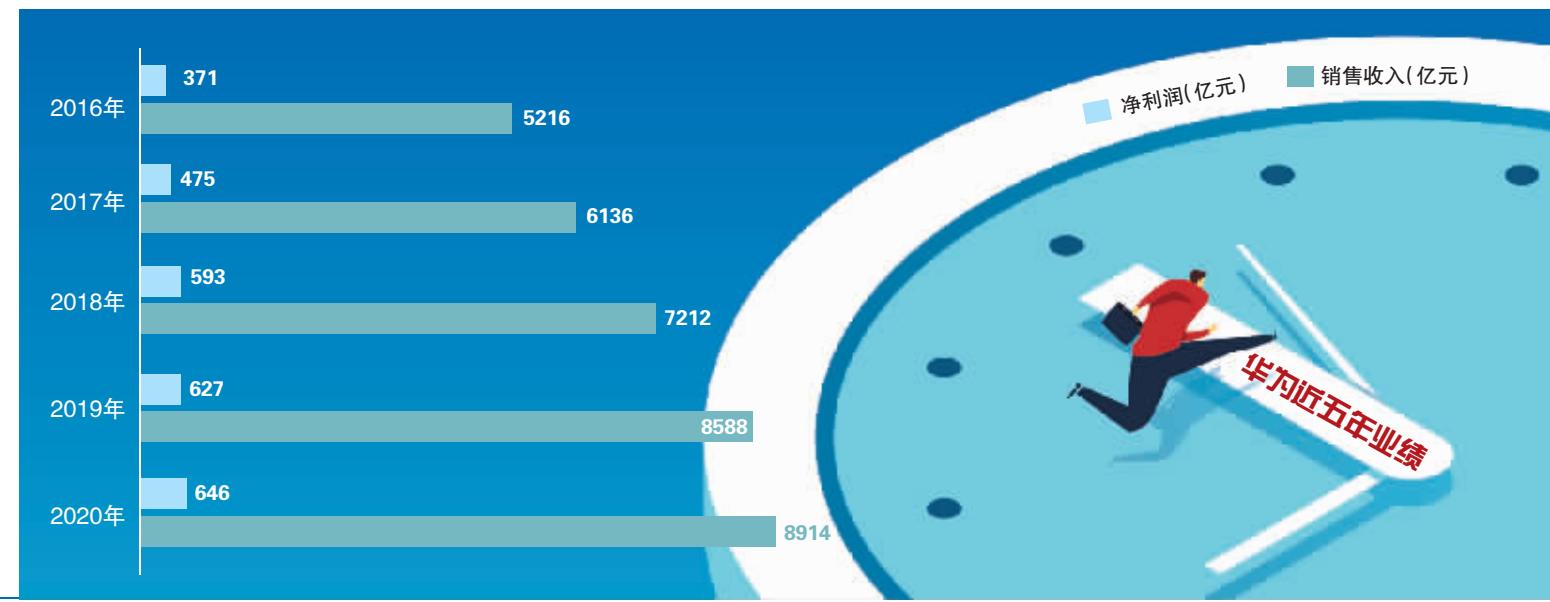
经历了被“卡脖子”的一年，3月31日，华为发布了备受关注的2020年财报。从全年业绩来看，增长速度放缓，基本实现了经营预期，但需要警惕的是，华为手机的销量确实较上年大幅减少，由于供应形势还未明朗，2021年对于华为来说仍然是艰难的一年。在这种环境条件下，华为需要在其他业务方面投入更多的精力和资金，以弥补手机业务缺失的那一部分收入。

## 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，一方面是由于我们的努力，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10.5万名，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，

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，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，帮助车企造“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。

北京日报记者 石飞月

## 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，极星是一家瑞典公司，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动车混合动力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也有一些尴尬。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股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在私下场合表示，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，夺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，体验店是新兴电动汽车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

## F Focus

### “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（国家核电）、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。