



解读青岛上市公司半年报之二

进入8月下旬，青岛各上市公司半年报披露越来越频繁。

高测股份、东方铁塔、百洋医药、华仁药业、澳柯玛、泰德股份等公司上半年的业绩，给我们展示出两个不同的企业发展情境——

在高景气行业，比如光伏新能源的高测股份，以及有矿产资源的东方铁塔，都取得了100%以上的利润增长，但对于更多的行业，上半年都面临着不利的外部环境，在逆境中能够稳健经营，也足以体现这些企业发展的韧性。



投融资  
investment

青岛华通子公司混改  
两家上市公司“入局”

□青岛日报/观海新闻记者 王伟  
本报8月23日讯 日前，青岛华通集团旗下子公司青岛华睿互联科技有限责任公司，引入包括上市公司四维图新在内等六家战略投资者。混改后，公司正式更名为青岛华通图新信息科技有限公司（简称“华通图新”）。

混改后，青岛华通集团持股比例约37.78%，仍为华通图新第一大股东，四维图新为第二大股东，持股36.67%。另外海南龙晟、海南常盛天科分别持股约6.67%，吉林大学青岛汽车研究院、山东产业技术研究院（青岛）分别持股5.56%，中质智通监测占股1.11%。从各方背景来看，华通图新此次引入的新股东融合了产业、研发、资本等各方力量，其中四维图新为A股上市公司，另一家上市公司上海天玑科技股份有限公司，通过海南常盛天科投资合伙企业参与此次战略投资。

华通图新将致力于建设完善市级车城一体化管理服务平台，加速推动以车城融合为核心的城市信息化建设，打造青岛市智慧交通新范本。“四维图新打造的数字孪生城市感知基座，现已形成涵盖公安、交警、交通、管线等领域的多场景、全栈式解决方案，希望以此赋能混改后全新的华通图新。”四维图新首席执行官程鹏说。

未来，华通图新将以城市级车城一体化管理服务平台为产业基座，从青岛市新能源汽车监管服务、全市一个停车场联网接入与运营、青岛市智能网联汽车道路测试与示范应用等多个维度同步发力，打造全国领先的车城融合一体化管理服务平台。

销售”“智慧家电、智能家居制造与销售及智慧社区服务”“国际贸易及跨境电商服务”三大主业打造多个场景，实现“产品—场景—生态”的转型升级。

根据半年报，澳柯玛智慧冷链设备产业依据市场发展趋势打造了数字化商用分散式管理、生物样本智能管理、疫苗安全智能管理等多个核心场景，为用户提供更加安全、智能、健康、便捷的数字化解决方案。目前已发布智慧全冷链 AIoT 解决方案，具备提供智慧疫苗存储、智能家居、连锁便利店、垂直生鲜店、智慧新零售等多个场景解决方案的能力。智慧家电产业以全场景的智慧生活全套解决方案为目标，以场景化需求驱动产品升级，以数字化转型推动产业高质量发展，重点推进冰箱、冷柜、空调、洗衣机、油烟机、热水器等智慧产品的开发，智慧家电私有云平台已实现五类家电的互联互通。

泰德股份：汽车供应链  
低迷拖累业绩

日前，青岛泰德汽车轴承股份有限公司发布2022年半年报，公司1-6月实现营业收入1.2亿元，同比下降10.17%，归属于上市公司股东的净利润为838.03万元，同比下降29.25%。

这是泰德股份在北交所上市后发布的首份半年报，也是泰德股份三年来首次出现营收和净利润双降。

对于业绩波动，泰德股份归咎于“主要是因上海、长春等地疫情原因部分客户无法正常生产经营且因疫情物流无法配送等因素导致商品销售收入减少”。

根据中国汽车工业协会统计，上半年我国汽车产销分别完成1211.7万辆和1205.7万辆，同比下降3.7%和6.6%。

设计、制造、销售汽车专用精密轴承的泰德股份也受到很大影响，其客户主要是汽车整车厂的上下游部件供应商，包括空调压缩机行业龙头企业华域三电、微型客车龙头企业上汽通用五菱、车用发动机龙头企业沈阳航天三菱、车用水泵龙头企业西泵股份以及国际著名汽车零部件供应商法雷奥、盖茨等。

泰德股份在半年报中表示，面对复杂的经营形势，公司依据战略规划，一方面集中资源，强化运营，有序开展生产工作，全力保障生产经营稳定性及重点项目的有效落地。另一方面积极应对市场冲击，加快特斯拉、海信三电及国内造车新势力的合作进程，快速推进新能源项目进展，提升客户满意度，强化客户关系维护及管理；适时调整销售策略薄利多销、持续巩固及拓展供应关系。

民生控股：经营困难利润  
由盈转亏

民生控股股份有限公司近日发布的2022年半年度报告显示，报告期内公司实现营业收入802万元，同比下滑57.24%；归母净利润亏损488万元，较上年同期由盈转亏。民生控股表示，在新冠疫情持续反复、宏观经济环境变化等因素影响下，公司经营困难增加，未来存在收入及业绩继续下滑的可能，由此可能产生退市警示问题。

民生控股从事的主要业务为典当业务及保险经纪业务。上半年，公司典当和保险经纪营业收入双双减少。典当业务营业收入仅641.86万元，同比下降58.46%；保险经纪业务上半年实现营业收入仅160.48万元，同比下降51.55%。民生控股表示，受新冠疫情和宏观经济形势的影响，典当业务部分客户经营出现困难，资金周转不畅，不能在贷款到期时按合同约定还贷，典当资金使用效率较上年有所下降，同时保险经纪业务拓展也面临一定困难，营业收入同比下降。

民生控股近两年业绩持续走低，2020年和2021年，公司分别实现营业收入0.76亿元和0.56亿元，实现归属于上市公司股东的净利润0.35亿元和0.14亿元。

高速增长  
与逆境中的稳定

□青岛日报/观海新闻记者 孙欣 杨光 周晓峰 王伟 丁倩倩

高测股份：净利增长超200%

借助光伏产业高速发展的春风，高测股份上半年营收13.35亿元，同比增长124.16%。归属于上市公司股东的净利润2.37亿元，同比增长224.39%。半年报显示，高测股份光伏切割设备及切割耗材、硅片及切割加工服务业务、创新业务、轮胎检测设备及耗材四大业务板块均实现大幅增长。

高测股份近两年全新布局的硅片及切割加工服务板块表现格外亮眼，报告期内实现营业收入3.11亿元，占比23.3%，远超2021年全年1.06亿元的营收。高测股份表示，这标志着高测股份开始进入从产品向服务延伸的稳定上升期，硅片及切割加工服务板块成为公司业绩重要增长极。

硅片切割是光伏硅片制造的核心工艺之一，目前硅片切割大尺寸、薄片化在产业链降本方面优势突出，已成为硅片环节的核心技术趋势，大硅片、薄片切割难度大幅提升。作为硅片切割设备、切割耗材领域的龙头企业，高测股份借势将业务向下游延伸，从提供切割产品延伸至提供切割服务。

从2021年3月建设首个光伏大硅片切割加工项目，短短一年多时间内，高测股份硅片及切割加工业务实现快速放量。目前，高测股份乐山20GW光伏大硅片及配套项目（一期6GW）已实现产能爬坡并基本达产，“建湖（一期）10GW光伏大硅片项目”完成设备安装调试并进入逐步爬产阶段。2022年底，公司硅片切割加工服务项目规模预计可达21GW。随着后期新建产能的逐渐释放，高测股份的硅片切割加工服务业务将迎来高速增长。公司已与通威股份、美科太阳能、京运通等光伏企业建立了硅片及切割加工服务业务合作关系。

除硅片及切割加工服务外，行业景气度持续提升也让高测股份主营业务继续保持高速增长。上半年，光伏切割设备类产品实现收入同比增长47.02%至5.6亿元，占比41.96%，光伏切割设备类产品在手订单合计金额约11.76亿元。

另外，光伏切割耗材的市占率也稳步提升。营收同比增长152.19%至3.26亿元，占比24.42%。其他高硬脆切割设备及耗材实现收入同比增长66.4%至7567.84万元，占比5.67%。

东方铁塔：钾肥业务表现抢眼

因为氯化钾产品价格上涨，东方铁塔钾肥业务实现大幅增长，也直接带动公司上半年利润同比大幅翻倍。

上半年，东方铁塔实现营业收入19.33亿元，同比增长47.61%，实现归母净利润4.85亿元，同比增长139.2%。其中，钾肥业务收入为9.96亿元，同比增长94.73%，占上半年营业收入的51.51%，较去年同期39.05%的营收占比进一步扩大。包括研发生产多种钢结构产品在内的制造业收入8.75亿元，同比增长19.09%，占公司营业收入的45.23%。其中钾肥业务的毛利率达到67.94%，比上年同期增加31.54%。

东方铁塔在公告中称，受俄乌冲突及疫情影响，上半年，氯化钾的国际价格持续位于高位，生意社数据显示，氯化钾（进口）价格由2022年1月1日的4166.67元/吨震荡上行至6月30日的5483.33元/吨，因此带动了钾肥行业的整体高景气度。

东方铁塔在老挝拥有141平方公里的钾盐矿权益，其中老挝开元目前的产能为年产50万吨氯化钾，为老挝境内现存产能最大的氯化钾生产企业，产品主要销往中国、印度、越南、泰国、马来西亚、新加坡等东南亚国

家。报告期内，公司实现氯化钾产量约24万吨，销售量约25万吨，基本产销平衡。

公司另一大主营业务为钢结构产品，主要涉及电厂钢结构、石化钢结构、民用建筑钢结构和铁塔类产品。据其半年报显示，公司多款钢结构产品制造业务上半年出现增收不增利的情况，毛利率同比下降13.10%。有业内人士分析，2022年上半年钢材价格呈现先扬后抑的走势，供给持续增加的同时钢厂利润收缩至出现亏损。市场总体呈现“上游原材料价格高企，钢厂及市场利润微薄，下游需求不振亟待缓解”的局面。

百洋医药：品牌运营业务贡献最大

2022年上半年，百洋医药实现营业收入37.30亿元，同比增长11.50%，实现归属于上市公司股东的净利润2.15亿元，同比增长14.58%。

其中，核心业务医药产品的品牌运营业务实现营业收入16.98亿元，同比增长31.12%。品牌运营业务毛利率为47.00%，毛利额实现7.98亿元，是公司的主要利润来源。批发配送业务实现营业收入18.24亿元，同比减少1.24%；零售业务实现营业收入1.98亿元，同比增长1.86%。这表明百洋医药经营进一步向品牌运营这一核心业务聚焦。

在百洋医药看来，医药产品的品牌运营是医药健康行业的新蓝海。随着医药行业进入专业分工时代，专业的第三方研发平台、生产加工平台、商业化平台等价值日益凸显，品牌运营行业已经成为医药流通行业的重要组成部分。Frost & Sullivan数据，2019年度，医药品牌运营行业的整体市场规模约为472亿元；根据前瞻行业研究院预测，2018年至2022年，我国医药品牌运营行业的市场规模将保持25%-30%的增长率。

百洋医药作为第三方商业化平台，通过为医药品牌提供全方位的消费者教育、产品学术推广、营销策划、产品分销、商务接洽、流向跟踪、供应链管理等服务，形成了OTC及大健康、OTX等处方药和肿瘤等特效药多品牌的矩阵，运营品牌的覆盖领域涉及骨健康、消化、肝病、泌尿系统、糖尿病、认知障碍、眼科、疼痛、心血管、肿瘤、呼吸、抗衰等。

其中，核心品牌迪巧系列实现营业收入7.99亿元，同比增长26.73%，对品牌运营业务贡献最大。核心品牌泌特系列实现营业收入1.55亿元，同比增长6.46%。安斯泰来系列实现营业收入2.08亿元，同比增长10.63%。

百洋医药同时也在加快创新药和医疗器械布局。针对创新药，百洋医药与创新药企签署商业化协议引进创新药，目前公司运营的创新药有安斯泰来的贝坦利和上海道众的紫晟。同时，2022年上半年，百洋医药通过股权投资形式与国家级科研院所成立合资公司，聚焦创新药、高端医疗器械的研发，锁定产品上市后的商业化权益。

百洋医药通过控股、参股的多家公司，已经广泛布局医疗器械领域。比如北京华科先锋医疗器械有限公司，专注为全身肿瘤患者提供放射治疗解决方案；青岛百安康健医疗科技有限公司，为外科手术提供内窥镜、光源、摄像系统等核心部件。

华仁药业：收购新公司带动  
治疗制剂业务增长

2022年上半年，华仁药业股份有限公司实现营业收入7.22亿元，同比增长2.73%；归

属于上市公司股东的净利润7410.13万元，同比增长0.81%。华仁药业表示，今年上半年公司积极克服疫情和宏观环境带来的困难和影响，确保生产经营的正常运行。其中公司自产药品销售量大增，整体实现药品销售2.2亿瓶（袋/支），较上年同期增长24.17%，销售收入稳中有升。

自2019年西安国资入主后，华仁药业逐渐形成了“制药+大健康+医疗器械+医疗服务”四大板块为核心的公司战略布局。2022年上半年，公司制药业务主要涵盖基础输液、治疗制剂、腹膜透析液、医药原料等产品，对公司收入贡献过半。

其中，基础输液产品实现营业收入3.4亿元，规模最大；治疗制剂产品实现营收8463.56万元，同比增长94.55%，增速列各产品之首，且毛利率与去年同期相比增加13.44%，达到70.32%。

治疗制剂业务增长，很大程度上来自2021年收购安徽恒星制药对产品结构的改善。华仁药业表示，安徽恒星多年深耕呼吸科、精麻科，产品布局丰富，各类制剂品种达18个，原料药DMF登记数量达8个，且属于全国47家二类精神药品原料药的定点生产企业之一，具有较强的产品竞争力。原料药布局也取得积极进展，“喷他佐辛”原料药注册申请通过了CDE审批，是国内第2家通过喷他佐辛原料药CDE审批的企业。“左氧氟沙星注射液”获得国家药品监督管理局核准，是国内第2家获批（视同通过一致性评价）的企业。

大健康领域，华仁药业的饮料、化妆品、健康饮品等消费品，久源久电解质补充液及名济堂化妆品已形成一定品牌知名度。2022年上半年，子公司湖北华仁同济开发并由“华仁同济联合实验室”技术支持的“华仁同济燕窝胶原三肽因”上市，进一步丰富了大健康产品线。

青岛是华仁药业重要的医疗器械业务基地。全资子公司青岛华仁医疗用品有限公司的产品涉及穿刺器、切口牵开器等腹腔镜透析液配套产品，以及医用外科口罩、一次性使用医用口罩、医用防护口罩、医用一次性防护服等医疗防护用品。此外，青岛华仁医疗用品有限公司的猴痘病毒核酸检测试剂盒和新型冠状病毒抗原检测试剂盒等两个产品已于今年6月获得欧盟CE认证，目前正积极推动产品注册上市。2022年上半年，医疗器械业务实现营业收入7448万元，同比增长6.91%。

澳柯玛：逆境中保持稳定

澳柯玛今年上半年实现营业收入50.29亿元，同比增长14.58%，净利润为1.12亿元，同比增长3.07%；基本每股收益0.1406元，同比增加3.08%。近年来，澳柯玛实施“互联网+全冷链”战略，回归以制冷为核心的传统优势业务，同时将拖累公司的其他业务进行了彻底剥离，业绩及盈利能力增长明显。

澳柯玛正在由以冷柜为主的传统家电企业，向以全冷链产品为基础的冷链物联网企业转型。数据显示，在澳柯玛2021年的营业收入中，制冷电器占比60.01%，小家电占比11.6%，其他占比10.14%，其他业务占比8.07%，空调占比5.96%。

当前，家电行业内外部需求疲弱，同时由于疫情对零售、餐饮和住宿等应用场景的冲击，商用展示设备、商超便利设备、冷链物流装备、生物医疗冷链设备等商用制冷设备产业也未能延续此前良好的持续增长状态，市场急转下行。面对高度承压的发展环境，澳柯玛在公告中表示，公司坚持向数字化转型的战略体系，围绕“智慧冷链设备制造与