

年关未至烟花已冷 烟花之乡相关企业仅剩700多家

■本报记者 何文英

农历年关还未到,烟花爆竹行业的热度却已在环保升级以及安全隐患的双重压力下逐渐冷却。

天眼查数据显示,有“烟花之乡”美名的湖南省浏阳市,目前在企业、存续状态下的烟花爆竹企业仅剩700余家,且绝大多数公司均成立于2016年以前。

中央财经大学副教授、中经数字经济研究中心执行主任陈端认为:“烟花产业的整体式微是多方面因素共同导致的,客观因素是环保升级和安全隐患的压力,主观因素则是主体消费人群的迭代。”

新增注册企业持续下降

天眼查数据显示,截至2019年,全国经营范围内涵盖烟花爆竹的企业有112万多家。近两年,新增注册的烟花爆竹企业持续下降,2018年新增注册企业7.8万家,2019年新增注册企业已降至6.9万家。

注册地在上海市的烟花爆竹企业最多,超过17万家,其次是江苏省,达9.06万家,第三为湖南省达8.49万家。从注册资本来看,烟花爆竹企业均为中小型企业,近八成企业注册资本都在100万元以下。

从成立时间上来看,成立5年至10年的企业数量最多,占总企业数的29%。其次是成立1年至5年的企业,占总企业数的28%。成立一年内的企业占比仅为6%。

值得一提的是,“烟花之乡”的浏阳,目前存续、营业的烟花爆竹企

业仅有774家。2014年新增注册企业140家达到历史峰值,自2015年之后每年新增注册企业则呈现断崖式下跌,每年新增注册企业仅数十家。

虽然近年来浏阳新增注册的烟花爆竹企业数骤减,但烟花之乡的烟花产值并未“凉凉”。数据显示,1990年浏阳烟花产值不到3亿元,到2018年,浏阳烟花产业集群总产值已高达246亿元,占全市生产总值的18%。

多因素致烟花产业式微

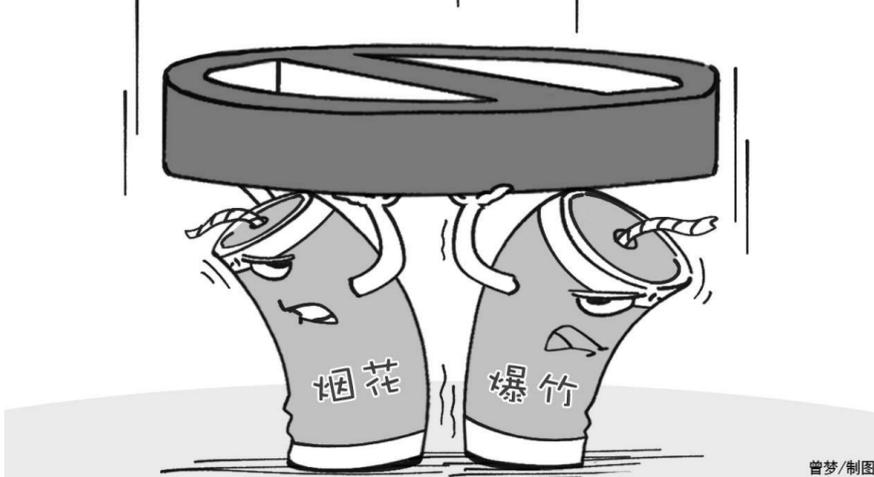
对于烟花产业而言,高悬头上的安全隐患和日益趋严的环保监管始终是两道绕不过的槛儿。

2019年12月4日,浏阳市碧溪烟花制造有限公司石下工区包装作业区域发生爆炸事故,造成13人死亡、13人受伤。12月5日,浏阳市对全市烟花爆竹生产企业进行停产整顿,并开展安全隐患大排查、大整治。

目前全国有近700个城市燃放烟花爆竹。近日,洛阳、天津相继发布全市禁止燃放烟花爆竹的相关规定,济南、潍坊、杭州、温州等地也出台了部分区域禁止燃放烟花爆竹的规定。

陈端认为,在安全隐患以及环保升级的双重压力下,烟花产业的颓势已经难以挽回。“近年来随着越来越多的城市禁止燃放烟花爆竹,其与节日仪式感绑定而形成的年俗符号价值也在衰减。”

“烟花产业从商业模式上并不占优势,属于高度场景化的单次消费,消费高潮期仅限于节事庆典时刻,跟现代商业模式强调的提升用



曾梦/制图

户黏性、全生命周期用户运营以提升客单价和复购率等理念基本不沾边。”陈端补充道。

此外,消费者迭代也是造成“烟花易冷”的原因之一。陈端表示:“燃放烟花爆竹是中国传统年俗,这种民俗源自古代,烟花集光、声、色、型、烟雾等效果在电子媒介崛起之前与节事庆典活动相伴生,有其特殊审美、仪式和体验价值,但在电子媒介崛起之后烟花就趋于式微了。”

“新生代数码原住民们拥有了更多的文娱消费渠道、场景和产品选择,对烟花爆竹的兴趣自然会分散。”陈端认为,烟花产业从供给侧到需求侧都缺乏市场支撑,同时又面临着文化创意产业的冲击,烟花

产业的衰退是自然而然的历史选择和淘汰过程。

熊猫烟花转型面临窘境

曾经作为浏阳烟花金字招牌的熊猫烟花,在烟花市场不断萎缩的背景下也面临着转型的窘境。

资料显示,湖南熊猫烟花股份有限公司成立于1999年,2001年8月份成功登陆上海交易所。2015年,熊猫烟花表示,受限燃放政策限制,雾霾天气肆虐等因素的影响,国内烟花市场需求不断萎缩,公司推动企业转型,加大力度开拓互联网金融业务。同年,公司债券简称更改为“熊猫金控”。

转型互联网金融后,熊猫金控的烟花板块主要调整为出口业务。2018年年报显示,公司烟花产品销售额为1.01亿元,而这些营业收入全部来自国外。

在互联网金融方面,熊猫烟花的转型也并不顺利。2018年8月份,熊猫金控实际控制人赵伟平承认公司旗下互金平台熊猫金库与银湖网出现挤兑及逾期问题,2019年10月份,熊猫金控公告确认银湖网被北京市公安局东城分局经侦支队立案。

“熊猫烟花转型互联网金融是当时情况下的现实选择,遭遇互联网金融领域行业整顿也是始料未及。”陈端认为,烟花产业的寒冬由此可见一斑。

重汽地产挂牌底价51.49亿元 山东国企开启“退房”模式

■本报记者 赵彬彬

重汽集团退出地产业按下了快进键。日前,中国重汽集团房地产开发有限公司(以下简称“重汽地产”)100%国有产权及债权在山东产权交易中心挂牌转让,挂牌底价为51.49亿元。

公告显示,除了按约支付交易款项外,意向受让方须承诺,标的企业股权变更完成后,2个月内在市场监督管理部门完成标的企业名称变更,不再使用“中国重型汽车集团”“中国重汽集团”“中国重汽”“重汽集团”“重汽地产”等系列与转让方相关的字号或商标。

山东地产业有关人士认为,这不仅是重汽集团“退房”迈出了关键一步,也是山东国企加速“退房”的一个缩影。

另有山东投资界人士告诉《证券日报》记者,在2019年3月份山东下发《关于确认公布省属企业主业的通知》,对28户省属国企主业进行了重新确认,上述28家企业没有一家将房地产业作为主业。近期山东国企纷纷退出房地产业,也是落实国资监管部门“聚焦主业”的相关要求。

“引导省属企业聚焦主业发展,是山东省国资委着力推进的重点工作之一。我们坚持问题导向,强化工作督导,严格整改落实,健全长效机制,取得了积极进展。”山东省国

资委主任张斌日前公开表示,近3个月来,已完成31户非主业企业清理退出,11户挂牌转让确定了意向方,山东高速、山东黄金、重汽集团、兖矿集团等企业加快收缩退出地产板块,资源进一步向主业聚焦。

重汽集团“退房”造车心无旁骛攻主业

天眼查显示,重汽地产成立于1993年,注册资本为30亿元,经营范围包括房地产开发、经营;装饰装修工程施工;制冷设备安装;建筑及装饰材料、机电设备、五金交电的销售。

作为济南本地地产商,重汽地产此前在济南重点打造了“翡翠系”产品,包括翡翠雅郡、翡翠郡、翡翠外滩、翡翠东郡和翡翠清河等项目。济南之外,重汽地产还南下在海南省五指山市开发了“山东人在海南的家”——重汽蝶泉湾项目。

虽然是山东老牌本地地产商,但重汽地产过往的表现却差强人意。有济南地产业人士表示,多年来,重汽地产在济南尚未开发出特别成功的产品,并且利润率一直不高,一些项目也不怎么赚钱。

公告显示,截至2019年11月30日,重汽地产资产总额119.07亿元,负债总额89.52亿元,所有者权益29.55亿元,营业收入13.42亿元,净

利润亏损8586.49万元。

本次挂牌中,重汽地产首次明确了挂牌底价为51.49亿元,其中,100%产权作价8331.54万元,相关债权则为50.66亿元。

重汽集团“退房”早有预兆。2018年9月1日,谭旭光就任重汽集团党委书记兼董事长。上任第一天,他就在大会上明确宣布要砍掉房地产业务。此后,谭旭光也在多个场合公开表示要精干主业、剥离辅业,按照国有资产程序有序退出房地产业务。

谭旭光认为,凡是成功的企业,一定是心无旁骛攻主业。“一家企业干主业都不挣钱,配上商业用地后,靠房地产挣钱,核心竞争力一定是零!”谭旭光表示,“很多次地方政府在潍柴投资时,想给潍柴批地让搞房地产,都被我回绝了,我说我要把发动机卖得比房地产还挣钱。”

退出房地产,是为了更好地发展主业,做强全系列商用车品牌。

2019年12月12日,济南市与山东重工集团战略合作及山东重工(济南莱芜)绿色智造产业城项目签约,总投资约1535亿元,将打造世界一流的百万辆整车整机产业集群。8天之后,中国重汽就以1.99亿元摘得一期项目用地,总面积约1369亩。

12月25日,中国重汽发布公告,为了积极响应国家及山东省政府大力发展低碳环保的新能源汽车

产业号召,拟在济南市莱芜区投资建设智能网联(新能源)重卡项目,拟新增固定资产投资61.14亿元。

“项目实施后将缓解公司目前面临的环保压力、交通运输仓储压力等,提升生产线产品质量保证能力,满足公司智能网联汽车、新能源汽车的产能需求,提升生产线信息化、柔性化、自动化、智能化水平,提升整车产品和工艺流程中能源利用效率。”中国重汽称。

山东国企“瘦身”地产业务 开启“卖卖卖”模式

山东国企“退房”,重汽集团并非孤例。近期,山东黄金、山东高速、兖矿集团等省属国企纷纷开启“卖卖卖”模式。

据《证券日报》记者不完全统计,仅2019年9月份以来,就有包括山东黄金、山东高速、兖矿集团、中国重汽等多家国企或挂牌转让房地产子公司股权,或明确宣布退出房地产业务。

日前,山东高速在山东产权交易中心一口气挂牌处置了旗下4家房地产企业资产。其中包括山东高速西城置业有限公司所属的畅和苑A5、A6地块资产,山东高速物流置业有限公司100%国有产权及债权、山东高速蒙自置业有限公司80%国有股权及债权以及山东高速海阳置

业有限公司100%国有产权及债权。此外,山东黄金近期也对启东置业、黄金城地产相关股权及债权进行挂牌出让。兖矿集团也曾挂牌出售旗下中垠地产有限公司40%股权。

山东省属国企纷纷“退房”背后,既有企业主动聚焦主业的内在驱动,也与山东国资监管要求密不可分。自2018年以来,山东省相继出台一系列相关文件,将“聚焦主业”作为国资监管中的一项重要工作来抓。

山东省国资委主任张斌认为,山东国企主业管理走了一些弯路,问题非常突出,主要表现在三个方面:一是天女散花,什么都想干,什么都想投。有一个企业成立三年,投资了81个项目,其中38个项目投资在1000万元以下。二是脱离实际,热衷投资金融赚快钱。三是急功近利,投资房地产赚快钱。

“事实上,很多投资都是亏损连连,教训非常深刻。主业没做好,副业拖了主业的后腿,使整个企业运行效益低,资产质量差,走向下坡路。”张斌表示,随意跨界造成国有资产浪费、流失,对此山东正加大整治力度。

张斌表示,山东制定了省属国企非主业清理三年行动计划,明确了时间表、任务单和责任人,对非主业和无效资产,加速清退。

阿里全面发力出行全产业链 资本和车企涌入或重构网约车市场格局

■本报记者 李春莲

近日,阿里巴巴在出行领域投资再加码。

阿里在出行市场发力已久,此前投资的哈啰出行、永安行、滴滴出行、高德软件、小鹏汽车等等,这些已经成为出行市场细分领域的头部企业。

实际上,经过前几年的疯狂扩张,网约车市场的发展已经趋于冷静,但仍有不少新人入局者,包括传统车企、互联网电商以及各路资本。

业内认为,网约车市场仍有很大的发展空间,因为汽车市场低迷,会有越来越多的车企进军网约车市场以谋求转型,未来出行市场模式将呈现多元化。

阿里全面发力出行全产业链

天眼查数据显示,2019年12月17日,杭州阿里巴巴创业投资管理

有限公司新增对外投资,被投资方为广东昕动出行科技有限公司。

广东昕动出行科技有限公司成立于2019年11月份,公司经营范围包括网络预约出租汽车客运、汽车租赁等。12月17日,公司注册资本由3500万元新增至5000万元,换句话说,阿里巴巴新注资了1500万元。

公开资料显示,据不完全统计,阿里巴巴连同蚂蚁金服在内的经济体,在出行领域已经投资或并购了超过30家企业,包括哈啰出行、永安行、滴滴出行、高德软件、小鹏汽车等,涵盖了出行领域上下游全产业链。

银河证券分析师刘兰程表示,网约车行业规模增速放缓,从狂奔扩张阶段迈入规范化发展时期。但实际上,网约车市场增长仍有较大空间,资本以及车企纷纷入局网约车市场,或将促进格局重构。

根据中商产业研究院数据,2018年网约车在一线城市渗透率超过80%,在三线以下城市渗透率在

57%左右,而共享汽车在一线城市渗透率仅为42.1%,网约车和共享汽车行业在未来仍有较大增长空间。

“对于阿里来说,它要做一个综合性的能够涵盖衣食住行的互联网平台,这应该是他的目标。”涌鑫资本副总裁王尔德在接受《证券日报》记者采访时表示,因为出行的频率非常高也是人们的刚需,这肯定是阿里不会错过的一个领域。

传统车企纷纷布局出行市场

前不久,一汽、东风、长安三家传统车企与苏宁、腾讯、阿里巴巴等,共同打造新型智慧出行平台T3正式在南京上线。

从南京起步的T3将在2019年进入重庆、武汉、广州、杭州、天津等城市,宣称将在2020年覆盖绝大多数省会城市,投放30多万辆车,并计划运营6年后投放超过百万辆。

业内认为,作为一汽等传统车

企和电商互联网合作的网约车,在出行下半场来烧钱扩张,最终结局如何尚有待观察。

据了解,目前整个网约车市场大致存在三种模式,第一,以滴滴为首的C2C轻资产模式;第二,以曹操、T3出行为首的B2C重资产模式;第三,以美团、高德地图为代表的互联网平台聚合模式。

王尔德认为,预计以后出行领域既有全国性的公司,也有区域性的公司,既有B2C的模式,也有C2C的模式,模式会比较多元化,包括多种业态的公司。

由于汽车市场低迷,不少传统车企都开始布局出行领域谋求转型。2018年以来,长城、上汽等传统车企和高德、携程等资本纷纷入局出行行业。

2019年12月份,吉利与戴姆勒合资在中国推出了高端共享出行品牌——奔驰·耀出行,目前,耀出行已采用梅赛德斯-奔驰S级轿车、E级轿

车和IV级商务车作为运营车型,并开始在杭州正式启动运营,将于2020年向更多市场推出。

“车企的优势在于可以提供更标准化的服务和更标准化的车辆。”王尔德表示,但车企的缺点也很明显,因为车企是B2C的模式,成本很大,导致运力效率很低。用户的第一需求是能快速地打到车,这要求运营公司有足够的运力,第二需求才是打了一辆比较好的车。从这个角度来看,C2C的模式明显优于B2C模式。未来B2C和C2C会出现一定程度的融合。滴滴或许以后为了保证服务标准化,也会大量购置车辆,养全职司机。

他认为,由于双证和合规性的存在,网约车市场存在非常大的不确定性。有些网约车90%的车辆和司机并没有持有双证,它的体量未必有那么大。在第三方平台之外,车企进军网约车是一个非常大的趋势,会有越来越多的车企进入出行市场。

新动作频频 中国人造肉产业发展提速

■本报记者 李春莲

受全球人造肉市场持续走热的影响,以及素食消费倾向不断地加强,不光A股市场的人造肉概念股大涨,中国人造肉产业也有望进入发展快车道。

“当下困扰人造肉发展的技术瓶颈主要是口味和质地。”北京工商大学食品与健康学院李健教授在接受《证券日报》记者采访时表示,目前国内已有多家高校进入人造肉领域,积极展开探索。

李健透露,近期北京工商大学已与上市公司福建青山纸业股份有限公司达成技术合作协议,双方将就人造肉产品研发和风味改良进行深入合作,开发出更符合消费者食用的植物肉应用产品,双方合作的第一批人造肉产品很快将面市。

产学研优势互补 人造肉产业发展走上快车道

据了解,李健多年来一直致力于改善植物肉的口感问题,已成立专门的实验团队,借助北京工商大学先进的食品研究设备,在植物肉风味优化上积累了非常成熟的技术经验。

李健表示,从风味物质的提取上,采取蒸馏萃取和定性定量分析两种方法,能够将植物蛋白中一些异味去掉,制造出无味的植物蛋白,以此来扩大蛋白利用的基础。

关于植物肉的口感问题,中国植物性食品产业联盟秘书长薛岩向《证券日报》记者表示,部分植物肉厂家缺乏产品标准意识,导致一些品控弱、口感差的植物肉产品流入到市场中,使消费者在购买试吃后对植物肉产生不好的印象。

对此,薛岩还表示,将尽快与相关单位联合颁发植物肉食品产品生产和上市标准,借鉴国际上成熟的标准体系,逐渐加强植物肉产品市场监管和准入门槛,让更多健康、安全、适合消费者食用的植物肉产品进入普通家庭的餐桌。

据李健介绍,国内有多家从事植物肉研究的院校,包括中国农业科学院农产品加工所郭波莉团队主要是做挤压工艺的优化以解决植物肉质地问题,江南大学周楠迪团队主要是做发酵所使用的酶以更好地运用在植物肉的生产当中。

事实上,每一个新兴产业都要经历从实验室到市场,众多专家学者在致力于上游产品研发和技艺突破的同时,下游企业也在响应市场需要积极布局人造肉产业。

值得一提的是,2019年8月份,青山纸业曾发布公告称,为培育新的经济增长点,公司拟与六家关联方福建盐业股权投资、福建盐业集团等,共同投资设立福建省军民融合后勤(食品)保障有限公司,暨建设福建省军民融合后勤(食品)保障项目。

李健还表示,通过上市公司雄厚的资金实力,加上北京工商大学的研发技术,借助军民融合平台,积极研发出即食、便捷、易携带的植物肉产品,不仅能够补足传统肉类的生产周期长和猪瘟的问题,而且能够更好地应用于战时应急。

业内认为,技术是基础,资金是保障,市场是方法。国内人造肉产业通过“产学研”结合的道路,有望走上发展快车道。

国内尚无人造肉行业龙头 新人入局或推动产业格局调整

我国人造肉市场前景广阔。MarketsandMarkets预测,2019年全球植物性人造肉的市场规模约为121亿美元,预计每年将以15.0%的复合增长率增长,到2025年将达到279亿美元。目前美国、欧洲是最大的市场。亚太及南美国家对植物性人造肉的巨大需求也将推动人造肉市场快速扩大,其中亚太植物肉类市场预计将由中国主导。

对于中国人造肉产业的发展,薛岩表示,中国人造肉处于初级阶段,技术与硬件设备较欧美等发达国家而言有着一定的差距,但中国人造肉发展也有着自身的优势,如原料。以植物肉为例,植物肉原料是以大豆、豌豆等豆类为主的拉丝蛋白,而全球大豆蛋白加工近50%在中国,主要以山东省、河南省为主。这样在成本上为中国植物性人造肉提供了多种便利及可能。

与此同时,根据OECD的数据,未来中国的肉类消费量将进一步增加,预计2030年中国肉类产品的供给缺口将达3800万吨以上,该不足部分可由人造肉来填补。

薛岩还认为,中国肉制品缺口依靠传统的养殖业和肉制品加工生产不足以满足供应,作为一个补充而且是健康安全的植物肉产品,将很好地去填补这一巨大的空缺。

兴业证券分析师陈娇表示,国内尚无人造肉行业巨头,未来发展空间巨大。中国的肉制品行业三巨头,双汇、雨润和金锣及新希望、温氏农业等大型农牧企业目前并没有涉足人造肉领域。但随着人造肉工业化技术的进一步成熟,相信不久的将来,Beyond Meat、Impossible Foods等同类的工业化技术和产品会拓展中国市场,与传统素鸡、素鱼等一起丰富国人的餐桌,从而带动肉制品龙头企业进入人造肉领域,或者吸引新的入局者,从而撼动产业格局的调整。

“过去30年,食品工业一方面抓住了改革开放的机遇,另一方面高速发展的阶段已过去,接下来很长的一段时间整个产业应该是以调整升级为主。”薛岩认为,人造肉其实是整个产业的转型升级提供了一个非常好的驱动力以及潜在的新市场。有市场,企业才可以搞创新和发展。今后调整和发展转型更多是以科研和创新为依托,而不是像以前一样一味地靠拓展规模,这种模式已经不可持续。