

鸿蒙与安卓应用或出现“硬分叉”局面 多家上市公司围绕鸿蒙生态积极吸纳人才

■本报记者 贾丽

为了应对软硬件适配及行业竞争新态势,近日,网易、美团等多家互联网公司发布了与鸿蒙系统有关的岗位招聘,加快推进鸿蒙原生应用开发转型。

对于大规模招聘人才的原因,一位互联网企业相关人士对记者称,“随着华为启动鸿蒙原生应用,目前App的安卓版大部分已与鸿蒙不兼容,未来鸿蒙人口将独立存在。”华为内部人士也对《证券日报》记者透露:“今后鸿蒙将与安卓应用形成‘硬分叉’。”

“底层技术架构、系统设计理念等多方面的差异,决定了安卓和鸿蒙系统将无法直接兼容。这背后是鸿蒙和安卓等系统在生态竞争上已步入一个新阶段,形成多元系统并存、多方竞争的格局。入局鸿蒙生态的企业还在不断增加,短期内在市场形成人才缺口,这也将引发一轮鸿蒙高端专业人才争夺战。”中国信息协会常务理事朱克力在接受《证券日报》记者采访时表示。

互联网企业高薪“抢人”

随着鸿蒙生态不断扩大,众多互联网企业纷纷为布局鸿蒙系统“招兵买马”。《证券日报》记者在招聘平台上以“鸿蒙”为关键词搜索,招聘相关企业达数十家,相关岗位达百个。

其中,美团、网易、今日头

条、钉钉等多家互联网头部企业均对鸿蒙系统相关人才开启招募。网易近期更新了大量关于鸿蒙岗位的招聘信息,包括云音乐多端鸿蒙系统等产品的研发迭代。美团在招聘官网发布了鸿蒙高级工程师、基建工程师等岗位,主要开发美团鸿蒙App及无人机开源社区等。

此外,拓维信息、神州信息、软通动力、比亚迪等上市公司也在积极招聘,围绕鸿蒙生态吸纳人才。拓维信息发布了解决方案经理等岗位,主要职责是形成基于开源鸿蒙行业发行版的整体解决方案。公司相关负责人对记者称,公司全面入局鸿蒙生态,目前已经成立鸿蒙事业部,为鸿蒙原生应用研发做准备。

在大量招聘岗位放出的同时,鸿蒙相关专业人才的薪酬也是水涨船高。智联招聘平台显示,今年1月份-10月份,鸿蒙相关岗位的平均招聘薪资达17537元/月。随着市场大规模招聘开启,相关岗位薪酬还在上涨。其中,美团对鸿蒙基建工程师岗位给出的月薪最高已达6万元。

软通动力相关负责人对记者表示,基于开源鸿蒙生态,公司与芯片、商用厂商等达成合作,并计划在软件生态建立北向生态适配中心等,打造可信操作系统,共同夯实鸿蒙生态底座。“目前市场大部分人才仍在培养期,成熟需要时间。所以专业鸿蒙领域高端人才非常‘抢手’。”

据多家企业反映,目前市场

随着鸿蒙生态不断扩大,众多互联网企业纷纷为布局鸿蒙系统“招兵买马”

记者在招聘平台上以“鸿蒙”为关键词

搜索,招聘相关职位的企业达数十家,

相关岗位达百个

崔建岐/制图

上鸿蒙人才缺口不断扩大,而各家对相关岗位给出的薪酬也在持续提升,甚至形成高薪“抢人”态势。华为开发者联盟运营部部长黄波近日表示,预计明年鸿蒙相关岗位需求将达到百万级。未来几年,鸿蒙的开发人才需求或将达到千万级。

“互联网企业及鸿蒙生态伙伴对技术的敏锐度和依赖度更高,是对鸿蒙人才较先有直接需求的群体。目前,鸿蒙应用开发及生态布局还在智能家居、智能交通、智慧制造等多个领域持续覆盖,家电、汽车等传统行业对鸿蒙技术相关人才的吸纳需求逐步提升,相关企业也将陆续加入进



来。”朱克力认为。

企业应提前布局

问世4年来,鸿蒙成为发展最快的操作系统,鸿蒙4也成为史上升级速度最快的鸿蒙版本。随着此前余承东宣布全面启动鸿蒙原生应用,越来越多的企业及开发者正加速融入鸿蒙生态。

华为最新公布的数据显示,截至今年8月份,鸿蒙生态设备数已超过7亿,已培养数百万鸿蒙人才。

“由于鸿蒙和安卓采用linux内核不一样,鸿蒙原生应用的全面启动,意味着鸿蒙将不再支持安卓的虚拟机,鸿蒙和安卓应用将不再

兼容,企业需要基于鸿蒙系统重新研发独立入口,并实现软硬件适配。”看懂研究院研究员袁博对《证券日报》记者表示。

在华为云 MVP 马超看来,华为鸿蒙原生应用不再兼容安卓,是鸿蒙发展的重要一步,这一决策或将影响鸿蒙生态以及整个智能手机市场产生重大影响。

朱克力表示,目前企业待攻克的技术难点主要集中在如何实现鸿蒙系统与软硬件的兼容与互操作。企业应该提前布局,积极跟进鸿蒙系统发展并了解其特性及优势,加强跨平台技术和AI技术等关键领域研发,同时重视长远发展,培养强有力的人才以形成支撑。

实际上,自2022年以来,广汽集团已围绕动力电池及原材料领域进行了诸多布局,不仅率先成为“买矿”的整车企业,并独立成立了动力电池公司。2022年12月份,广汽集团的因湃电池科技有限公司已经动工建设,首条6GWh产线计划在2023年底建成投产,并计划至2025年建成36GWh产线,总投资达109亿元,成为广州最大的动力电池+储能电池项目。

同时,广汽集团将在能源生态领域加大投入,建立“锂矿+基础锂电原料生产+电池生产+储能及充换电服务+电池租赁+电池回收及利用”纵向一体化的新能源产业链布局,并进一步完善动力电池上下游产业链布局,降低产业链成本,实现新能源产业链整体自主可控。

“向科技型企业转型,是近几年来广汽集团坚定不移的战略目标和行动计划,特别是在智能网联新能源汽车方面,如三电技术、智能网联技术等,在行业内走在前列。”广汽集团总经理冯兴亚此前在接受《证券日报》记者采访时表示。

近年来,广汽集团在智能网联新能源技术上实现大爆发,陆续发布AEP3.0纯电新能源车专属平台、弹匣电池系统安全技术、超倍速电池技术、海绵硅负极片电池技术、全新车云一体化集中计算星灵电子电气架构等。

公开资料显示,今年上半年,广汽集团研发投入超过31亿元,累计投入超过420亿元,累计专利申请超16000件,其中发明专利申请超6000件。持续的研发投入,助力广汽集团成为国内少数几个具备“EV+ICV”全栈自研能力的车企之一。

“设立产业基金可以为广汽集团在新能源、智能网联技术等关键领域的技术创新,提供更多的资金与资源支持,加速自主研发成果的产业化,提升关键技术水平。”Co-Found智库研究负责人张新原认为。

广汽集团参与设立百亿元级产业基金 进一步完善汽车产业链布局

■本报记者 李雯珊

11月11日,广汽集团发布公告称,拟与广州产投新能源专项母基金、中银金融资产投资有限公司作为有限合伙人(LP)按33.4%、33.3%、33.3%的比例认缴出资,发起设立广州市智能网联新能源汽车产业发展股权投资合伙企业(有限合伙)(暂定名,以下简称“新能源汽车产业基金”),主要投向包括但不限于新能源汽车、能源生态、车联网、智能驾驶、汽车芯片、智慧城市等智能网联新能源汽车产业链上下游的重要项目,基金首期规模为100亿元。

“本次拟通过设立新能源产业发展基金引导战略性新兴产业发展和传统产业转型升级,同时加快核心自主研发成果产业化,提升关键技术水平,培育公司自有的核心领军企业,围绕汽车产业链上下游形成能够赋能产业的产业链生态,挖掘零部件产业增量,提升核心产品竞争力。”广汽集团相关人士向《证券日报》记者表示。

据广汽集团透露,本次通过设立的新能源产业发展基金,向具有良好成长性的汽车产业链上下游项目进行投资,打造覆盖产业链上下游、兼顾面向产业落地和前瞻技术赋能的供应链体系,同时支持传统领域面向未来转型升级。

“汽车产业的竞争日益激烈,为了提升竞争力,整合产业链上下游资源成为关键。广汽集团通过参与设立新能源产业发展基金,可以有效地整合与稳定供应链,降低成本,提升效率。同时,通过投资有潜力的初创企业或支持供应商的发展,广汽集团可以构建一个更强大的产业生态系统,提升自身和整个供应链的竞争力。”北京社科院副研究员王鹏在接受《证券日报》记者采访时表示。

实际上,自2022年以来,广汽集团已围绕动力电池及原材料领域进行了诸多布局,不仅率先成为“买矿”的整车企业,并独立成立了动力电池公司。2022年12月份,广汽集团的因湃电池科技有限公司已经动工建设,首条6GWh产线计划在2023年底建成投产,并计划至2025年建成36GWh产线,总投资达109亿元,成为广州最大的动力电池+储能电池项目。

同时,广汽集团将在能源生态领域加大投入,建立“锂矿+基础锂电原料生产+电池生产+储能及充换电服务+电池租赁+电池回收及利用”纵向一体化的新能源产业链布局,并进一步完善动力电池上下游产业链布局,降低产业链成本,实现新能源产业链整体自主可控。

“向科技型企业转型,是近几年来广汽集团坚定不移的战略目标和行动计划,特别是在智能网联新能源汽车方面,如三电技术、智能网联技术等,在行业内走在前列。”广汽集团总经理冯兴亚此前在接受《证券日报》记者采访时表示。

近年来,广汽集团在智能网联新能源技术上实现大爆发,陆续发布AEP3.0纯电新能源车专属平台、弹匣电池系统安全技术、超倍速电池技术、海绵硅负极片电池技术、全新车云一体化集中计算星灵电子电气架构等。

公开资料显示,今年上半年,广汽集团研发投入超过31亿元,累计投入超过420亿元,累计专利申请超16000件,其中发明专利申请超6000件。持续的研发投入,助力广汽集团成为国内少数几个具备“EV+ICV”全栈自研能力的车企之一。

“设立产业基金可以为广汽集团在新能源、智能网联技术等关键领域的技术创新,提供更多的资金与资源支持,加速自主研发成果的产业化,提升关键技术水平。”Co-Found智库研究负责人张新原认为。

条码支付互联互通迎新进展 微信支付与三大运营商实现“互认”

■本报记者 李冰

条码支付互联互通迎新进展。《证券日报》记者从微信支付方面获悉,微信支付近日已全部完成与中国移动、中国电信、中国联通旗下支付平台的条码支付互联互通功能。

易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮对《证券日报》记者称:“对于行业来说,这背后体现出大型平台企业正朝着合规经营公平竞争的道路不断迈进,传递‘互通’良性信号。同时互联互通进程持续推进,也能够为金融消费者带来更优质、更多元化的选择。”

此前,微信支付先后实现了与移动和包App、电信翼支付App的条码互通,而此次完成与联通沃钱包App的打通,意味着目前国内三大运营商的支付用户,都可以享受更加便捷的支付体验。

根据微信支付最新数据,目前微信支付已支持包括工、农、中、建、交、邮储在内的近30家银行以及云闪付、移动和包、电信翼支付、联通沃钱包等多家机构App实现条码支付互联互通。用户可使用上述机构App扫描微信支付收款码完成支付。

据微信支付方面披露,近年来微信支付持续与各机构密切合作,以为用户提供安全便利的支付服务体验为目标,在多场景内稳步推进互联互通。

博通咨询金融业务分析师王蓬博对《证券日报》记者表示,“条码支付互联互通打破各支付平台对场景的‘控制’。微信支付此举的更大价值是满足用户需求,是便民的体现。”

近年来,互联互通是支付行业关注的重要话题。在线下场景,体现为条码支付互联互通,在线上场景,则体现为各大互联网服务对不同支付方式的支持情况。其中,微信支付、支付宝均在积极推进。

2020年至今,支付宝携手银联、网联共同完成了34家机构的扫码互认。同时,支付宝联合淘宝和银联共同推动并完成了“云闪付入淘”项目;2022年,支付宝携手网联,为淘宝有序上线翼支付、“和包”等支付方式。2023年1月份,已有用户在淘宝购物时可以选择用翼支付、“和包”付款。

本版主编陈炜 责编吕东 制作闫亮
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785

皖通高速重组方案遭部分股东反对 公司称将审慎研究是否继续推进

■本报记者 黄群

11月10日晚间,皖通高速披露公告称,由于H股股东投下反对票,公司收购六武高速公路100%股权交易事项未能获股东大会表决通过。后续,将本着对投资者负责的原则,审慎研究是否继续推进重组相关事宜。公告显示,11月9日,皖通高速分别召开了2023年第一次临时股东大会、2023年第一次A股类别股东大会及2023年第一次H股类别股东大会等三项会议。表决结果显示,2023年第一次临时股东大会的24个大项审议通过了23个,其中第22项清洗豁免议案遭否。具体来看,H股投资者分

歧较大,同意票为1.15亿股,反对票为1.02亿股,未达到三分之二以上票数同意的通过条件。而按照皖通高速重组草案,本次重组交易生效的前提条件之一,就是清洗豁免事项取得上市公司股东大会批准。而在2023年第一次H股类别股东大会上,第一项-第六项议案(包括子议案)也全部未能通过,其中H股的反对票基本在1亿股左右,单项议案的同意票接近65%,反对票则在34.7%左右。

回查公告,此次皖通高速拟通过发行股份及支付现金的方式,向控股股东交控集团购买其所持有的安徽省六武高速公路有限公司100%股权并发行股份募集配套资金,标的资产

交易对价为36.66亿元。其中,以发行股份支付对价31.16亿元,占本次重组交易对价的85%;以现金支付对价5.5亿元,占本次重组交易对价的15%。发行股份购买资产的股份发行价格为6.64元/股。此外,本次募集配套资金总额不超过14.66亿元,用于支付本次重组现金对价、补充流动资金、偿还债务。

本次重组前,交控集团持有皖通高速5.25亿股股份,占公司总股本的31.63%;招商公路持有4.96亿股股份,占比为29.94%;其他股东合计持有6.37亿股股份,占比为38.43%。在不考虑募集配套资金的情况下,以发行价格6.64元/股及

向交控集团支付的股份对价31.16亿元计算,重组完成后,交控集团将持有皖通高速9.9亿股股份,持股比例上升至46.71%;招商公路持股比例降至23.34%,其他股东合计持股比例降至29.95%。

11月10日,皖通高速A股股价报收于10.46元/股,上涨2.45%;港股股价则报收于7.22港元/股,下跌2.17%。

“清洗豁免类似于A股里的要约收购豁免。个人认为,H股股东反对的理由可能还是跟本次发行股份购买资产的股票发行价格偏低,稀释现有股东权益有关。”上海上正恒泰律师事务所合伙人李备战告诉《证券日报》记者,重组遭否后,公司

董事会和管理层如果认为本次重组是必要的,可以与中介机构进一步研究讨论重组方案,包括是否有必要调整股票发行价格,同时通过投资者说明会等有效途径加强与其他股东的沟通,以争取其支持,增加股东大会表决通过的确性。

另有上市公司相关人士对《证券日报》记者表示,重组事项被股东大会否决后,上市公司如果希望继续推进交易,则需修订原方案,并经过一个间隔期(如3个月-6个月),重新召开董事会审议,再次提交临时股东大会。如果选择放弃重组,则无需再对外披露进展信息,股东大会决议就是最终决议。

红旗连锁董事长曹世如:

坚持科技赋能 以便民服务优势实现零售竞争“突围”

■本报记者 舒娅疆

在四川成都等地,提起便利店品牌,消费者们首先想到的或许并不是711、罗森等国际连锁,而是本土便利连锁超市红旗连锁。凭借3600多家门店布局和80多项便民增值服务,红旗连锁牢牢占据了当地市民心中“好邻居”的位置。

作为A股市场首家便利连锁超市上市企业,红旗连锁上市11年来,营收规模逐年扩大,归母净利润相比上市之前增长逾2倍。在电商、社区团购等业态带来的零售行业新一轮竞争之下,公司稳步发展壮大的“突围之道”备受关注。

近日,《证券日报》记者走进成都红旗连锁股份有限公司,公司董事长曹世如向记者分享了红旗连锁成长发展过程中的关键词:科技赋能、便民利民、稳步扩张。“消费者信心正在逐步恢复,红旗连锁将加快科技创新和数字化应用,搭建智慧供应链体系,对门店不断提档升级,为消费者提供更优质的商品和服务。”她表示。

科技赋能 助力公司运营发展

在红旗连锁总部的会议大厅里,“红旗云”大数据平台展示屏上

的数字不停跳动,展示着公司门店实时运营的商品种类、交易数量、会员购买金额等各类数据指标,现场还能够同步公司各门店的实时画面。

自2017年正式启用“红旗云”大数据平台以来,红旗连锁将数据资源进行有效的整合和运用,这对公司的精细化管理、为供应商及合作伙伴提供数据服务等工作均带来了明显助力。

如今,科技赋能在红旗连锁的日常运营、管理和发展过程中均得到体现。以财务管理为例,红旗连锁目前拥有3600多家门店,每个月的1号,所有门店都会汇总各自的财务数据,而到了次日,公司的整个报表就能够完成。

“作为一家便利超市企业,我们的效率能够达到这样的水平,数字化和科学管理带来了巨大的帮助。不仅如此,大数据能够洞察消费者的喜好,为我们优化供应链以及更好地服务消费者提供了有力支撑。”曹世如表示,公司与时代共同进步,将继续提升数字化应用及管理水平,借助科技创新的力量助力自身发展向上。

据介绍,红旗连锁目前已建立了一套适合自身的信息化管理系统,实现了公司-分场-财务-配送等快速联网,加快了商品配送、周转、收银、核算等各个环节的工作效率,提高了企业的现代化管理水平,也为公司的规模化发展提供了

技术保障。

便民利民等服务 筑起公司发展“护城河”

近年来,电商、社区团购等业态给零售行业带来冲击,红旗连锁凭借差异化竞争优势,牢牢稳住了发展的脚步。其中,公司围绕“便利”二字不断优化对消费者的服务,被认为是取得优势的重要原因。

从门店布局来看,红旗连锁已通过密集式开店形成了以成都为中心、向周边辐射的网络布局,相较于其他便利连锁品牌和大商超,其覆盖面上在上述区域已实现领先。目前,公司正积极打造“一刻钟便民生活圈”,并在此基础上探索多种销售模式。

“门店就是我们最好的前置站,线下消费依然是公司的主业。同时,我们的门店也可以支持线上点单、到店自提和红旗到家等业务,满足不同消费群体的需求。”曹世如介绍,公司致力于提供更多优质产品和服务,做老百姓的“好邻居”。

作为便利连锁超市上市公司,红旗连锁的门店更强调社区化、便利化,离消费者更近,相较于电商、社区团购而言,其门店的便利程度仍然具备不可替代性。有分析人士认为,正是由于上述特点,加上红旗连锁持续推进全面数字化、线

上线下融合,在四川等地具备较强的品牌认可度,这些因素共同筑起了红旗连锁发展中的“护城河”。

从服务内容来看,红旗连锁正持续推进多功能便民服务平台建设。公司已上线自助收银、人脸识别、红旗APP、微商城等服务和功,并开通公交充值、话费充值、彩票代销、学费代缴、水电燃气费代缴等80多项便民服务。

“红旗连锁以‘统一形象、统一采购、统一价格、统一服务、统一考核、统一配送’为经营管理模式,我们不开加盟店,坚持对门店进行直营管理,并持续优化选品,以更好地保证对消费者的服务品质。”她表示。

伴随着红旗连锁持之以恒地优化服务,公司的努力获得回报,数据显示,公司年进店消费人次超过4亿。根据东方财富Choice数据统计,2023年前三季度,公司以4.07亿元的归母净利润在A股超市类上市公司(申万三级行业分类)中排名第一。

保持稳健发展步伐 积极拥抱新风口

作为便利连锁企业,红旗连锁的门店扩张情况一直备受市场关注。此前,公司连续收购了红旗超市、互惠超市等数个资产,扩大了市场占有率,又通过和兰州国资合作在甘肃开设红旗便利店,实现了

运营管理模式在四川省外的成功复制。下一步,红旗连锁有怎样的门店扩张计划呢?

曹世如告诉《证券日报》记者:“2023年,公司新开门店的数量预计上百家左右。我们希望公司能够保持稳健的发展步伐,未来将会按照自身需求稳步开店。如果在市场上有合适的标的,不排除继续进行收购,在资产收购过程中,红旗连锁对于人力资源的整合还是有一定的经验和优势。”

与此同时,红旗连锁也在积极拥抱行业新风口。今年6月份,红旗连锁新业态“黄果兰”精选超市正式开业,为消费者打造更便捷的购物体验,得到了业界广泛关注;首家红旗连锁智能超市也已亮相天府新区。同时,公司开始探索直播经营业务,通过直播推广与线下门店的结合,实现线上线下联动互补,吸引了众多消费者。今年6月份正式开始抖音直播以后,红旗连锁在全国的知名度、影响力均得到明显增强,公司在直播“首秀”中卖出6300万元,超出预期,之后的直播销售金额更是超过了亿元规模。

一方面,公司通过‘线上卖券、线下核销’方式为门店进一步引流;另一方面,也通过直播与消费者有了更多互动交流,及时了解我们的不足之处,帮助公司进一步完善了服务工作。”曹世如表示,下一步,公司还会继续加强服务,为老百姓提供更多便利。