

# 快递物流业高质量发展 我国快递业务量已连续三年超千亿件

■本报记者 王镜如

快递物流业已成为我国发展增速最快的行业之一。数据显示,2022年我国共完成1105.8亿件快递业务量,同比增加2.1%,连续九年位居世界第一;而12月5日披露的国家邮政局快递大数据平台实时监测数据显示,今年以来,截至12月4日,我国快递年业务量首次突破1200亿件大关。

自2021年以来,我国快递业务量已连续三年突破1000亿件。

“快递业正从高速增长转向高质量发展。”谈及行业未来发展,艾媒咨询集团CEO兼首席分析师张毅告诉《证券日报》记者:“一方面快递企业加速赋能制造业,科技投入及实力明显增强;另一方面持续提升服务质量,并不断拓展

国际营运能力,向综合物流服务商转变,进一步带动收入规模快速提升。”

从行业数据来看,快递行业发展质效不断提升。

据国家邮政局近期发布的2023年第三季度快递服务满意度调查,第三季度在投递服务方面,快件安全、送达范围感知、住宅投递、投递知情的用户满意度得分分别为83.9分、86.0分、82.3分、81.5分,同比分别上升2.1分、2.4分、2.7分、3.3分。

此外,5G、云计算、工业互联网和物联网等科技在快递物流领域也得到普及。

以菜鸟独创的跨境物流技术“智能合单”为例,该技术可根据包裹流向、下单时间、航班班次等,把同一客户在不同城市、不同商家购买的小包裹拼成一个包裹统一发出,不仅提高了菜鸟跨

境运输干线的高满载率,也降低了商家跨境物流成本。

然而,行业加速发展的同时,快递企业仍面临不少压力。从上市企业披露的经营数据来看,今年以来各家快递公司单票收入持续下滑。数据显示,10月份顺丰控股单票收入16.26元,同比下降3.16%(不含非网速运);圆通速递、申通快递、韵达股份单票收入分别为2.38元、2.11元、2.28元,分别同比下滑5.59%、13.17%、14.29%。

对此,中国数实融合50人论坛智库专家洪勇认为:“目前快递行业业务规模扩大但价格竞争激烈,在此背景下,快递物流企业不仅要提升技术、运力、渠道等环节形成合力,也要在服务价格、体验、效率上实现平衡,不断提高服务质量,加大对物流科技的投入,构建差异化竞争优

势,避免低价竞争进一步加剧。”

在电商行业持续优化服务的大背景下,快递企业也相继加大了出海力度,将跨境电商物流和拓展海外市场作为接下来的发展重点。

顺丰控股可被视为快递物流公司中,由国内向国际综合服务商进军的代表企业。自今年4月份首开鄂州国际货运航线开始,截至11月末,顺丰控股已开通10条国际货运航线,包括美国洛杉矶、德国法兰克福等洲际枢纽航线以及新加坡、大阪等亚洲航线。

除顺丰控股外,京东物流也加快了国际化步伐。近日,京东物流宣布未来3年将建设覆盖全球主要国家的供应链物流网络,构建包括海外仓、国际转运枢纽、海外国家本土的运配网络及跨国干线运输网络于一体的全球供应链网络。

## 京东方等巨头加码AI、3D显示等技术 加速穿越行业周期

■本报记者 贾丽

当下,周期性显著的显示产业正在低谷中酝酿新机。一方面,显示终端企业受市场影响“砍单”,造成上游显示屏生产供过于求,显示企业库存仍处于高位;另一方面,行业在新型显示带动下呈现逐步回暖迹象。那么,显示企业如何穿越行业周期?

12月5日,京东方董事长陈炎顺表示,随着屏幕与物联网快速融合,其形态正在发生变化,折叠屏、雪花屏等各类屏幕已经涌现,这也极大地考验企业的模具、工艺、产品以及大规模集成制造能力。同时,屏幕的场景也在加速创新,千万细分市场已经出现。“显示企业应抓住机遇,以新技术创新穿越行业周期。”

据了解,京东方等头部企业正在加码AI、裸眼3D显示等技术,并进入车载、商用等更多细分领域,推动显示产业进入数字化发展快车道,而这些新技术也打开了显示屏产业广阔的成长空间。

### 加快新型显示技术攻关

当下,显示厂商既要降库存,又要调整产线布局。在行业竞争洗牌期,显示巨头正加快投入研发,用新技术布局,进入更多细分市场,穿越周期。

新型显示行业发展迅猛,让企业看到机遇。随着AI与互联网、物联网技术的发展,AMOLED、3D显示、全息显示等新型显示技术快速兴起,为显示行业带来了更多的可能性。中国已成为全球显示产业发展的重要引擎。

与此同时,新型显示领域企业注册量也在快速增长。天眼查App数据显示,今年上半年,我国新型显示新增企业注册量超2000家,5年增长超210%。新型显示产品与5G通信、人工智能、物联网等新兴产业加速融合,正助力各行各业加快数字化、智能化转型。

目前,多家上市公司及产业链企业也均瞄准新型显示领域扩大布局,并加强关键核心技术攻关。11月29日,京东方发布公告称,拟在成都建设总投资规模达到630亿元的第8.6代AMOLED生产线项目。京东方表示,通过建设全球首批高世代AMOLED半导体显示生产线,公司有望抢占AMOLED半导体显示“蓝海”的战略机遇。

同时,京东方于近日获得了一种裸眼3D显示装置“专利,加快关键技术攻关,实现全视图裸眼3D显示

## 36家公司可能踩中两条及以上退市红线 多触及重大违法类和规范类预警指标

■本报记者 桂小笋

同花顺数据显示,截至12月5日,有36家A股上市公司可能触及2条及以上退市风险警示红线,其中有6家公司可能触及3条及以上退市风险警示红线。而从触及预警指标类型来看,重大违法类和规范类较多。

\*ST华仪在11月21日收到《行政处罚事先告知书》,由于公司2017年至2022年年度报告存在虚假记载,可能触及规定的重大违法强制退市情形,公司可能被实施重大违法强制退市。另外,因公司2022年度经审计的期末净资产为负值,公司股票于2023年5月4日起被实施退市风险警示。截至2023年9月30日,公司归母净利润为-2.13亿元。如相关情况未能改善,公司2023年年报将触及财务类退市指标,公司股票将面临终止上市风险。近日,\*ST华仪股价持续下跌并收于1元/股以下,若股价连续20个交易日收盘价低于1元/股,公司触及交易类退市指标。

北京社科院副研究员王鹏告诉《证券日报》记者,相关上市公司可能触及的退市红线有所差异,对公司的影响程度也会不同。目前来看,重大违法行为会直接使得公司经营的可持续性存疑,导致市场信心的丧失,让企业进入经营的恶性循环中。“对于上市公司,评价其价值的核心要素就是未来的可持续性,如果公司尚可正常运转,核心竞争力也在,这样的企业还有价值。”

有业内人士也告诉《证券日报》记者,上市公司未来的可持续性经营能力是关注的重中之重,规范类、重大违法类、财务类等退市相关指标制定

## 拟31.58亿元收购江淮汽车部分资产 蔚来独立造车指日可待

■本报记者 刘钊

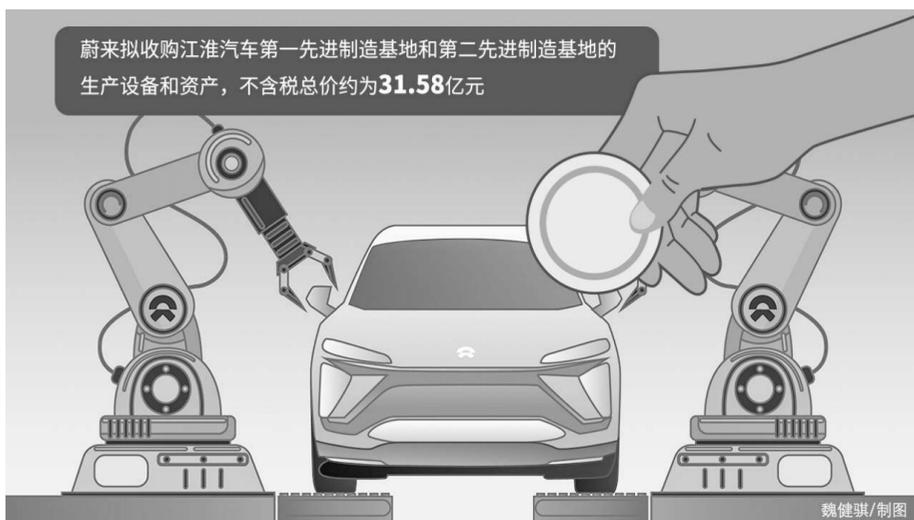
12月5日晚间,蔚来在港交所发布的2023年三季度财报中表示,公司与江淮汽车就收购某些生产设备和资产签订了确定性协议。根据协议,蔚来拟收购江淮汽车第一先进制造基地和第二先进制造基地的生产设备和资产,不含税总价约为31.58亿元。

同日晚间,江淮汽车也发布公告称,江淮汽车通过安徽省产权交易中心有限责任公司公开挂牌转让部分资产,涉及乘用车公司三工厂存货、固定资产、在建工程、房屋建筑物以及土地使用权及乘用车公司新桥工厂构筑物和设备资产,转让的资产按照三个资产包形式挂牌交易。蔚来成为资产一包、资产二包受让方,其中资产一包的交易价格为16.66万元,资产二包的交易价格为14.92亿元,合计为31.58亿元。

“此次江淮汽车转让相关资产给蔚来水到渠成。蔚来成功受让上述江淮汽车资产,或将独立生产蔚来牌汽车,也可以生产第二品牌汽车,对蔚来来说将是重大利好。”有受访人士告诉《证券日报》记者。

上述受访人士进一步表示,“江淮汽车抛售工厂的消息,也反映出新能源汽车产业竞争的激烈。随着特斯拉等外资品牌的进入,以及比亚迪等国内品牌的快速发展,新能源汽车市场的竞争日益加剧。在这种情况下,各大企业都在寻求通过各种方式提升自身的竞争力。”

事实上早在2016年,蔚来和江淮



蔚来拟收购江淮汽车第一先进制造基地和第二先进制造基地的生产设备和资产,不含税总价约为31.58亿元

汽车就曾签订了代工协议,此外,根据双方签订的合作协议,蔚来每年会对江淮汽车进行固定资产投资,而江淮汽车则负责为蔚来生产双方合作的新能源汽车。

代工模式的兴起始于2018年。2022年初,工信部又公布了《关于开展新能源汽车委托生产试点工作的通知》,明确要求新能源汽车代工模式下的委托方与受托方均需具备生产资质才能代工生产。此前已有造车新势力选择收购资质或独立申请资质。对于像蔚来这样的造车新势力而言,急

需获得生产资质。在获得生产资质后,造车新势力在生产成本环节将有更强的把控能力。

12月4日,工信部车辆生产企业信用信息管理系统显示,蔚来已作为一家独立整车生产制造商单位被列入上述管理系统,在“目录序号”栏明确标识为“214”,而该序号对应的是《道路机动车辆生产企业及产品》目录公告中的唯一身份。业内人士认为,如果蔚来因此获得独立生产资质,对蔚来将是重大利好,有利于公司的

长久经营和效率提升。

中欧协会智能网联汽车秘书长林示在接受《证券日报》记者采访时表示:“蔚来长期采用代工模式生产汽车也产生了一些问题,无论是从未来政策的导向还是第二品牌阿尔卑斯的发展来看,没有独立生产资质一直成为制约蔚来发展的重要因素。蔚来作为一家独立整车生产制造商单位被列入工信部车辆生产企业信用信息管理系统,对于蔚来汽车发展具有里程碑式的重要意义。”

## 家居家装行业并购频现 巨头瞄准存量房市场

■本报记者 张敏 见习记者 陈潇

据《证券日报》记者不完全统计,四季度以来,家居家装行业并购频现,其中单笔交易金额超5亿元的并购合计涉资近200亿元,而这些并购中最大的一笔金额达到了103亿元。

而各路资本纷纷瞄上家居家装市场,或将带来行业生态及竞争格局的重塑。

### 并购大单频现

11月18日,主营建材制造的金隅集团公告称,拟以22.32亿元收购居然之家10%股权,交易成功后将成为居然之家第三大股东。11月9日,家居龙头顾家家居签订股权转让协议,拟以近103亿元转让总股本的29.42%。交易完成后,顾家家居实际控制人将变为何剑锋。而何剑锋为美的集团创始人何享健之子。10月11日,贝壳公告称与爱空间签订股权转让协议,收购完成后爱空间将成为其全资子公司,交易对价不超过15.5亿元。

投资机构亦参与了相关并购,例如11月24日,主营塑料家居的茶花股份拟转让不超过公司总股本22.11%股份予多个私募基金,按当日市值计算金额或近7亿元;11月30日,主营家居装饰的东日易盛拟以1.36亿元转让旗下集艾设计29%股权予某投资机构。

家居家装行业业务规模前五名的企业市场占有率合计不到2%,这一行业玩家呈现出“小而散”的特征,而今,随着各路资本、巨头的纷纷入场,行业正加速变革。

“新房市场成交规模收缩,导致家居家装在上一板块的业务增速下滑,场上玩家目前都在努力整合资源,向存量

房市场、产品科技化以及数字化转型。”某家居行业人士向《证券日报》记者表示,比如顾家家居和美的集团的合作更偏向于电器和家居市场的整合,而居然之家和金隅集团的合作,则更偏向于整装和建材之间的结合,贝壳则更多通过房产交易带来的C端流量加码家居家装行业本身。

并购多发的背后,是资本市场看到存量房再装修的巨大蛋糕。中国建筑材料流通协会会长秦占学向《证券日报》记者表示,家居家装行业产业链上的融合,会使整个行业发展的成本更低,质量更高,从而形成“大家居产业链”,大家居行业未来仍是朝阳行业。

### 行业缺少龙头企业

今年7月份,商务部等13部门联合印发的《关于促进家居消费若干措施的通知》中提及,支持家居卖场加强与上下游企业合作,构建“大家居”生态体系,为消费者提供一站式、一体化、全场景家居消费解决方案。

弗若斯特沙利文数据表示,2022年我国家居装饰及家具行业销售额达4.3万亿元,行业市场规模庞大,且随着房地产市场逐渐从开发阶段转向运营阶段,存量房市场逐步扩大,家居家装行业有望从中受益。

另据国家统计局数据显示,以20年使用为界的老旧房屋总量来看,2022年约有1.73亿套的老旧房屋,且每年数量逐步增加。种种迹象显示,家居家装行业未来的消费潜力巨大,也是扩内需的重要市场。

贝壳研究院在今年11月份发布的调查报告中表示,当前一线、新一线城

市存量房已进入二次装修和局部翻新升级高峰期,二手房和存量房将成为家居家装行业获客的重心,三线、四线城市在人口流动和城镇化需求下,新房仍有发展空间,将继续带动家居需求。

“我国家居家装行业曾经伴随着新增房地产的增长,有一个快速增长的阶段。随着房地产行业的调整,出现了困难的时期。目前要恢复家居家装行业的往日辉煌,主要着眼于存量房再装修。”秦占学表示,我国现在有3亿多套房需要装修,如果把这块蛋糕做好做大,家居行业将迎来一个非常好的未来。

事实上,当下头部城市家装消费预算水平呈上升态势。贝壳研究院数据显示,2023年第三季度,新一线城市消费者装修预算在15万元以上的占比为61.88%,而2022年第四季度这一占比为65.22%,低预算占比下降了3.34个百分点。

尽管家居家装行业市场庞大,但当前在A股上市的家装企业数量有限,去年全年营业收入超过百亿元的仅有9家,净利润超过10亿元的则仅有4家。

“由于市场进入门槛低、流动性强,行业竞争激烈,迭代速度加快,家居家装行业形成‘小、散、多、乱’的特点,最终导致整个家居家装行业高度分散,龙头企业少之又少。”有业内人士向《证券日报》记者如是称。

### 服务质量是关键

在收购居然之家股权之时,金隅集团表示,未来双方将充分发挥各自产业体系所具有的产品优势、资源优势和品牌优势,在卖场运营、房地产开发、整装业务、物业管理、数字化转型、物流交付

