

推进技术合作、进行人事调整 跨国车企多举措应对车市竞争

■本报记者 刘 钊 实习生 李枋宸

近期,跨国车企动作频频。
7月22日,大众汽车集团与小鹏汽车共同宣布,双方签订电子电气架构技术战略合作联合开发协议,将全力投入,为大众汽车集团在华生产的CMP(车身平台集成模块)和MEB(模块化电驱驱动矩阵)平台开发行业领先的电子电气架构。
在此之前,7月20日,另一跨国车企保时捷宣布,为进一步增强保时捷品牌在中国的吸引力,原保时捷德国股份有限公司执行董事会主席亚历山大·波利奇将出任保时捷中国总裁及首席执行官,并将全面负责品牌在中国内地、香港及澳门的业务。

国际智能运载科技协会秘书长张翔在接受《证券日报》记者采访时表示:“在中国汽车行业竞争加剧的环境下,跨国车企面临着销量下滑以及客户流失等现实问题。无论是提高研发投入还是进行人事调整,都是跨国车企寻求可持续发展的必要举措。”

具体来看,秉持“在中国、为中国”的发展战略,大众汽车集团正在各细分市场推出聚焦中国客户需求的智能网联汽车产品,经过一段时间的磨合,大众汽车集团与“造车新势力”小鹏汽车的合作也渐入佳境,此次双方联合开发的电子电气架构便是力证。

据悉,电子电气架构在汽车数字化中起着决定性的作用。作为管理所有重要电子功能的中央控制中心,它也是连接硬件平台与汽车下部结构的数字化枢纽。CEA(China Electronic Architecture)架构是大众汽车集团开发的首个本土化电子电气架构,将在技术和经济性层面满足中国市场的特定需求。

大众汽车集团相关负责人对《证券日报》记者表示:“小鹏汽车与大众



汽车集团已在广州和合肥建立了联合开发项目组,第一个搭载双方联合开发的电子电气架构的车型预计将在24个月内量产。同时小鹏汽车与大众汽车集团将积极探索进一步合作的机会,以扩大双方联合开发的电子电气架构的应用范围。”

小鹏汽车董事长兼首席执行官何小鹏表示:“凭借大众汽车集团和小鹏汽车之间的高度信任以及双方工程师的通力协作,我们合作项目的开发进展迅速,并且已经实现显著的协同效应。我非常期待扩大我们的

技术合作范围并且深化双赢的战略合作伙伴关系。”

而为了应对中国汽车市场的变化,不少跨国车企都采取了相关措施,例如保时捷中国高层换帅。

保时捷发布的数据显示,2023年,中国已成为保时捷在全球范围内唯一销量出现下滑的市场,同比降幅达15%。今年上半年,保时捷在中国市场交付的新车共计2.96万辆,同比下滑近33%。

今年5月份,因销量下跌、持续亏本,加之品牌方施压和积压库存,保时捷部分在华经销商联合发起抗议抵制,

要求保时捷总部给予补贴和更换高管。压力之下,保时捷最终宣布更换保时捷中国管理层。

中欧协会智能网联汽车分会秘书长林示对《证券日报》记者表示:“保时捷总部从德国调任高管来华任职,一是说明保时捷高度重视中国市场;二是说明目前中国市场的业绩表现已对保时捷整体发展造成冲击,尤其是近期经销商风波再次重创保时捷的声誉,已经到了不得不调整的程度。”

豪华车市场震荡 “BBA”集体退出价格战

■本报记者 龚梦泽

进入2024年下半年,国内车市价格竞争愈发激烈。近期,在各车企疲于以价换量之时,“BBA”(奔驰、宝马、奥迪)三大一线豪华品牌,纷纷选择退出价格战。

对此,7月21日,华晨宝马CEO戴鹤轩回应《证券日报》记者表示:“价格是由经销商作为独立的经营主体去确定的,公司会与上下游的伙伴保持密集讨论,研究可持续的商业模式,以确保各方合作伙伴都能赚到足够的钱,能够‘活到未来’。”

今年上半年,奔驰在华累计交付新车超35.26万辆,同比下滑了6.5%。

宝马(含MINI)上半年在中国市场销量为37.59万辆,同比下滑4.2%,而全球销量则为增长2%。

在销量持续下滑的形势下,众多传统高端汽车品牌纷纷选择前所未有的降价策略。大搜车智云平台数据显示,今年5月份,豪华品牌折扣率较高,北京奔驰、一汽奥迪折扣率分别为18.6%、26%;沃尔沃、奇瑞捷豹路虎的折扣率更是高达33.4%和41.6%。

鉴于豪华车市场震荡和国产品牌带来的巨大冲击,今年5月底,宝马给所有经销商门店发函称,决定给宝马4S店开出多项大幅度补贴减免政策。近日又有传闻称,由于价格战导致门

店亏损严重,宝马计划从7月份通过减少销售量来稳定价格,缓解门店的经营压力。

宝马中国在接受《证券日报》记者采访时表示,下半年宝马在中国市场将重点关注业务质量,支持经销商稳扎稳打。

“定价价格本身是复杂的,涉及供求关系、产品内涵、软性价值以及硬性价值、情绪价值等。但一个关键的要素是企业不能长期亏损,否则企业活不下去,给产品提供的售后服务就无以为继。”戴鹤轩表示,“至少应当在商业模式上具备可持续性才行。”

中国新能源汽车产业创新联盟

理事高云鹏认为,对于豪华品牌而言,以价换量完全是“自戕”行为,薄利多销带来的收益不仅对整体盈利帮助有限,同时还会严重影响品牌口碑,这也解释了为何“BBA”在跟随价格战不久之后选择“紧急刹车”。对于豪华车品牌而言,如何在价格竞争和品牌价值之间找到平衡,将是未来发展的关键。

乘联会秘书长崔东树对《证券日报》记者表示,车企参加价格战,需要有框架体系支撑,如老车型降价到底后,马上推出新车型顶起价格体系。若只是贸然一路跟降,最后将对品牌造成巨大打击,不利于车市稳定和品牌的长远发展。

中国石化拟新建1万座光伏站点 促进光伏发电高质量发展

■本报记者 殷高峰 向炎涛

光伏行业迎来利好消息。近日,中国石化宣布正式启动“万站沐光”行动,规划到2027年,在油气矿区、石油石化工业园区及加油站等新建设光伏站点约10000座。

“对于光伏行业而言,这无疑有利于增加上游企业的订单量。”万联证券投资顾问屈放在接受《证券日报》记者采访时表示。

记者从中国石化方面了解到,中国石化将从布局集中式光伏发电等六方面支持培育光伏发电新技术、新模式、新业态,拓展光伏发电应用场景,促进光伏发电高质量发展,推动新能源与传统油气产业深度融合发展。

而在推进光伏发电分布式开发方面,中国石化将加强公用领域、油气矿区、销售企业分布式光伏项目建设,持续提升光伏发电能力。此外,中国石化还将稳妥推进新型储能产业。

屈放认为,中国石化将推动形成生产、储存、使用的全方位闭环。不仅能够产生充足绿色电能,也为大规模储能发展提供新的尝试。

事实上,作为能源巨头,中国石化在传统能源向新能源转型方面早已迈出步伐,公司“因企制宜”,推进风光“绿电”与传统业务相融合。比如,旗下油田企业充分利用可用土地发展风能、太阳能等清洁能源,中国石化胜利油田在营二井区域建成“风、光、热、储+多源微网”多能互补示范项目;中国石化江汉油田在老油田清河采油厂建设的水上漂浮式光伏项目,年发电量超310万千瓦时。

此外,中国石化炼化企业还依托炼化基地,开展光伏项目建设,逐步实现绿电替代、绿氢炼化。据了解,中国石化新疆库车绿氢示范项目拥有300兆瓦光伏发电厂,利用“绿电”年可制“绿氢”2万吨,开创了绿氢炼化新发展路径;中国石化青岛炼化利用屋顶建设光伏发

电项目,截至6月底累计发电量超230万千瓦时,经济效益和生态效益良好。

数据显示,2023年,中国石化累计实现风光发电装机规模1932兆瓦,太阳能光伏发电量约为13.2亿千瓦时,同比增加200%,折标煤约为16.2万吨。

“对于光伏企业来说,中国石化的‘万站沐光’行动有助于缓解组件企业经营压力。”隆基绿能相关负责人对《证券日报》记者表示。

据介绍,隆基绿能已经和中国石化保持了多年合作。在陕西、湖北、安徽及广东等地,隆基绿能和中国石化已经合作了上百个加油站分布式光伏项目。我国首个万吨级光伏制氢项目中国石化新疆库车绿氢示范项目也是隆基绿能和中国石化的合作项目。

据了解,随着我国“双碳”目标的深入推进,中国石化、中国石油等企业都积极踏上能源转型之路,参与分布式光伏建设。其中,中国石化已建成我国首

座碳中和加油站,累计建成分布式光伏4283座,预计“十四五”末将建成7000座分布式光伏发电站点。

在屈放看来,这必然会增加对光伏企业的订单需求。但由于目前各家光伏企业的发展重点不同,未来在分布式光伏领域拥有优势的企业或脱颖而出。

“随着能源互联网的构建和智能电网的发展,分布式能源将与集中式能源相互补充,实现能源的多元化供应和优化配置。同时,随着储能、氢能等新型能源技术的不断突破和应用,分布式能源系统的稳定性和经济性将得到进一步提升,为分布式能源市场的长期发展提供有力支撑。”隆基绿能相关负责人表示,长期来看,分布式能源将成为未来能源体系的重要组成部分,公司也将不断拓展“光伏+”应用场景,以优质高效BIPV解决方案,与中国石化等传统能源企业携手合作,共同推动节能减排进程。

高管访谈

创力集团董事长石良希: 加大数字化转型投入 稳步实现持续发展

■本报记者 张文湘

近年来,传统企业的数字化转型备受关注。在煤机装备领域,创力集团是行业内实现数字化转型的代表性企业。经过二十余年的发展,创力集团由一家传统的煤矿机械装备制造厂商,逐步成长为一家人工智能、5G+AI技术的智慧矿山成套技术与装备供应商,多年来公司业绩保持稳定。

创力集团董事长石良希在接受《证券日报》记者采访时表示,煤炭是中国的基础能源,而煤机行业正处在行业结构调整、产业转型时期,公司将通过加大数字化转型投入、推进产业并购等方式,稳步实现持续发展。

煤机行业加快数字化转型

公开资料显示,创力集团主要从事煤矿机械装备制造及服务业务,主要产品覆盖智能化采煤机、掘进机、乳化液泵站、链臂锯等设备。2023年,创力集团实现营业收入26.56亿元,归属于上市公司股东的净利润为4.02亿元。

近年来,煤炭领域“数字化”“智能化”转型开始加速。引入更为先进的采矿技术、智能化装备和服务,被认为是行业智能化发展的方向之一。为应对行业变化,创力集团也持续加大在智能化、成套化方向的投入,逐步提供基于“5G+AI”技术的智慧矿山成套技术与装备以及煤矿智能洗选成套技术与装备。2023年,公司研发投入为1.4亿元,占营业收入的5.26%。

创力集团方面称,公司的数字化转型,主要是通过通过与知名企业、科研机构合作的方式展开,目前公司跟华为已经确定在矿鸿系统的应用及装机事宜等方面进行合作。在部分场景、条件下,创力集团的产品已经可以实现局部的无人化操作;智能化采煤机、智能化掘进机、智能化泵化液泵,在部分条件下实现了“少人化”操作。

随着“智能化”的发展,煤机企业的用人策略也在发生调整。石良希称,近年来公司逐步加大高学历、高技术人才的引入,以适应行业的变化发展。“我们内部有计划,若干年内将本科以上学历人员的比例提升至一

定水平。我们要培养、引进具备高度专业素养和技能水平的工人和技术人员,和具有国际化视野、跨界融合能力的人才,推动煤炭行业与其他产业的深度融合。”石良希如是说。

石良希认为,煤机企业要积极抓住行业变化的机遇,促进产业高端化、智能化、数字化发展。

持续寻求新增长点

除“智能化”转型之外,创力集团近期也通过并购、跨界等方式,推动公司持续发展。今年5月23日,创力集团披露,拟以2.81亿元的价格,收购上海申传电气股份有限公司(以下简称“申传电气”)51%的股份。交易完成后,创力集团将成为申传电气的控股股东。

资料显示,申传电气主要从事矿山智能化辅助运输装备和矿山智能化系统研发、生产和销售,主要产品包括矿用防爆蓄电池单轨吊机车、矿用防爆蓄电池电机车以及矿山智能化系统等。2023年,申传电气实现营业收入2.42亿元,扣非净利润为4233万元。

创力集团表示,本次交易完成后,公司业务延伸至矿用智能化辅助运输领域,为公司拓展了新的利润增长点,并提升公司智慧矿山成套技术与装备的服务方案,增加相关产品及服务的附加价值,进一步提升公司的整体竞争力。“我们非常看好申传电气的发展前景,其技术方案在业内具有较强的优势。除申传电气外,公司后续也会继续关注其他并购标的。”石良希表示。

此外,创力集团也在积极开发内蒙古、贵州、云南等地的市场,并加大俄罗斯市场的开发力度。创力集团介绍称,2023年公司在俄罗斯市场的收入约7000万元,今年该市场收入预计能维持较快增长。

除煤炭领域外,创力集团也在向非煤炭领域跨界发力。“我们还在关注工业盐矿市场,工业盐矿矿机的要求相对煤矿来说要低,公司在跨界上具备技术优势,我们对进军相关市场充满信心,后续有望开辟新的业绩增长点。”石良希如是说。

丹化科技拟定增募资不超5.65亿元 用于补充流动资金

■本报记者 陈 红

7月22日,丹化科技发布定增预案称,公司拟向东莞市金睿泓吉企业管理有限责任公司(以下简称“金睿泓吉”)发行股票,数量预计不超过3.04亿股,价格为1.86元/股,募集资金总额不超过5.65亿元。扣除发行费用后,将全部用于补充公司流动资金。

《证券日报》记者以投资者身份致电丹化科技,公司工作人员表示:“本次定增募资主要为了缓解公司营运资金需求压力,流动资金的补充将更好助力公司主营业务发展,满足研发投入需求。”

财务数据显示,2021年至2023年,丹化科技经营活动现金流量净额分别为1.81亿元、-4559.42万元、-9416.95万元,整体呈下降趋势,现金流较为紧张。

本次定增募资将全额用于补充公司流动资金,可缓解丹化科技现金流压力,提高偿债能力。

补充流动资金后,未来在现有产品方面,丹化科技表示,可根据草酸和乙二醇的市场表现相机抉择调整产量分布,增强公司对市场的应变能力,增强抗风险能力;同时,公司将加大项目技改的投入,改善生产效率;另外,公司将持续投入产品研发,加大与第三方合作力度,力争在乙二醇衍生品、联产高经济价值产品、可降解材料领域及其他相关领域有所突破,拓宽主营业务覆盖面。

值得一提的是,金睿泓吉将以现金方式认购丹化科技本次发行的股份。本次发行前,金睿泓吉直接持有公司1.53亿股A股股份,持股比例15%,为公司控股股东。发行完成后,金睿泓吉直接持有公司4.56亿股A股股份,持股比例34.54%,仍为公司控股股东。本次定增事项构成关联交易。

福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪在接受《证券日报》记者采访时表示:“金睿泓吉全额认购,有助于向市场传递积极信号,彰显其对丹化科

技未来发展的坚定信心,有利于提振市场信心;同时,控股股东持股比例的提升,有效保障公司控制权稳定。此外,注入流动资金,有利于改善公司盈利状况,增强公司持续经营能力。”

丹化科技主要产品为乙二醇、草酸等化工原料。近年来,由于主要产品价格低迷以及褐煤等原料价格上涨等不利因素,公司经营业绩表现较差,连年亏损。

截至2024年3月31日,丹化科技负债总额7.91亿元,其中流动负债7.37亿元,负债规模较大,存在一定的经营压力。

财务数据显示,2021年至2023年以及2024年第一季度,丹化科技营业利润分别为-1.42亿元、-2.25亿元、-4.93亿元以及-6345.24万元;归属于母公司所有者的净利润分别为-1.04亿元、-2.93亿元、-3.93亿元以及-5027.44万元。

根据最新披露的业绩预告,2024年上半年,丹化科技预计实现归属于母公司所有者的净利润约为-1.12亿元。报告期内,公司主要产品乙二醇和草酸的产销情况基本正常,但公司经营继续面临困难,主要原因为产品价格仍处于低位。

前述丹化科技工作人员对记者表示:“公司积极寻求改善经营状况的途径,已采取多项措施应对。”

根据2023年年报,丹化科技计划2024年全年生产乙二醇15万吨、草酸9.5万吨,达到产销平衡;子公司通辽金煤对现有生产装置进行扩能改造,投资约2亿元扩建年产10万吨草酸项目,以增产盈利能力强的草酸产品;加强降本增效,减少经营性亏损。

科方得智库研究负责人张新原认为,丹化科技已经在煤化工领域取得了一定的市场份额和技术优势,想要扭转经营困境,公司可加大技术研发力度、优化生产流程,以提高核心竞争力;还可以通过加强与上下游企业的合作,共同开发新的市场和产品,进一步提振公司经营状况。