

比亚迪方程豹牵手华为 加速智能驾驶技术革新与市场应用

■本报记者 李昱丞

新能源汽车界两大“顶流”宣布合作。据比亚迪方程豹汽车官微8月27日消息,近日,比亚迪方程豹与华为在深圳签订智能驾驶合作协议。

据了解,此次合作是基于双方集团战略合作基础上,针对比亚迪旗下方程豹汽车展开智能驾驶的深入联合研发,首款产品聚焦即将上市的方程豹8车型,搭载华为乾崮智驾ADS3.0。双方团队已立项并研发验证了很长时间,预计于今年三季度以后,豹8就将搭载华为乾崮智驾ADS3.0正式上市。

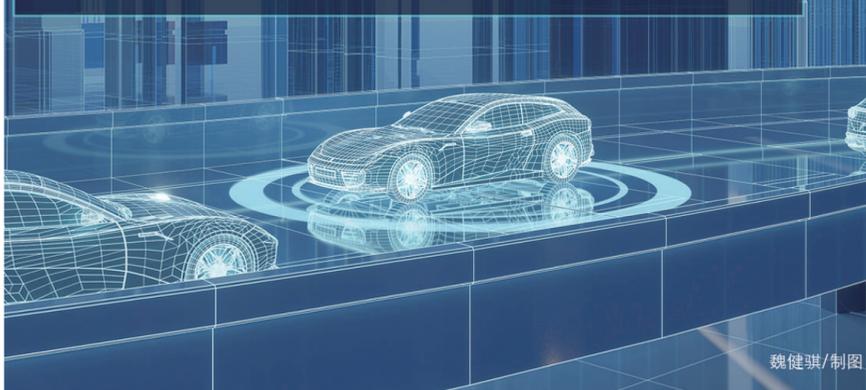
方程豹定位于比亚迪旗下新能源个性品牌。近期在品牌发布一周年之际,方程豹开启了品牌焕新战略,针对未来产品线进行了全面扩充,从“专业个性”迈入“大众个性”定位,旨在满足更多消费者的个性需求。

而华为乾崮是华为以智驾为核心的系列解决方案品牌,涵盖乾崮ADS、乾崮车控、乾崮车云等解决方案。今年4月份,华为乾崮ADS3.0正式亮相,首发了安全优先的端到端神经网络。截至目前,华为乾崮ADS3.0的合作车型包括阿维塔12、岚图梦想家等。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜对《证券日报》记者表示:“通过与华为的合作,比亚迪可以利用华为在智能驾驶领域的先进技术,提升旗下方程豹汽车的市场竞争力。”

“通过华为的技术赋能,比亚迪能够加速智能驾驶解决方案的商业化进程,为用户提供更加安全、便捷与智能化的驾驶体验,进一步推动市场销量增长与市场份额扩大。”

比亚迪一方面通过全栈自研以及全产业链自研制造,开发了“天神之眼”智驾系统,另一方面也并不排斥与包括华为智驾方案在内的外界成熟方案合作,并应用在相对高端的方程豹等品牌上



魏健骥/制图

中国矿业大学(北京)管理学院硕士生导师支培元对记者表示,华为正致力于构建全面的智能汽车生态体系,与比亚迪的合作将助力其智能驾驶系统在新能源汽车市场的渗透,拓展智能汽车生态版图。

今年以来,比亚迪在智能驾驶方面动作颇多。在“新能源汽车上半场是电动化,下半场是智能化”的判断下,比亚迪在智能驾驶领域进行了大手笔的投入。

比亚迪董事长王传福在2023年年度股东大会上表示,智能驾驶方

面比亚迪起步较慢,但很快就会超越。同时,王传福公布目前智能驾驶研发团队已有4000多人,未来还将在智能驾驶领域投入1000亿元,聚焦包括生成式AI、大模型等在内的智能驾驶技术研发。

另外,比亚迪近期在发布“易三方”技术时透露,基于“整车智能”战略,公司在智驾领域持续加大投入,自研车载计算平台,成立感知实验室,端到端大模型团队、AI超算中心,团队规模、研发能力均居全球第一梯队。

目前看,比亚迪一方面通过全

栈自研以及全产业链自研制造,开发了“天神之眼”智驾系统,另一方面也并不排斥与包括华为智驾方案在内的外界成熟方案合作,并应用在相对高端的方程豹等品牌上。

支培元认为,比亚迪与华为在智能驾驶领域合作,基于双方在各自领域的核心优势与战略考量,旨在通过深度合作与协同创新,加速智能驾驶技术的革新与市场应用,共同推动智能汽车行业的新发展。这一合作不仅对双方具有深远的战略意义,也将对智能汽车市场格局与行业发展产生重要影响。

推动行业走出低价竞争泥潭 隆基绿能宣布上调硅片价格

■本报记者 殷高峰

8月27日,光伏龙头隆基绿能高调宣布逆势上调硅片价格,并将于8月29日执行。对于此次价格调整,隆基绿能相关负责人对《证券日报》记者表示,旨在通过价格调整推动行业走出低价竞争泥潭,回归健康竞争环境。

据悉,隆基绿能此次硅片价格调整中,N-G10L报价为1.15元/片,N-G12R报价为1.3元/片,新报价平均上调5分片。

“此次硅片价格调整和近期上游多晶硅价格上涨有一定的关系。”申万宏源分析师刘宏达表示。

2023年下半年以来,光伏产业链各环节受供需失衡等因素影响,价格持续下跌,不少企业开始出现多个季度持续亏损的现象,停产、减产等消息频出。

8月22日,中国有色金属工业协会硅业分会表示,头部企业降价加速清库存,直接导致大尺寸硅片价格出现较大跌幅。此外,硅料价格历经两周上涨后,本周开始持稳运行,原料价格支撑力度也逐步减弱。

在业内看来,隆基绿能作为行业龙头,其上调价格释放了一个积极的信号。据悉,目前已有TCL中环、双良节能等多家主流硅片厂商跟进上调产品价格,共同推动硅片价格恢复理性。

对于后期的影响,刘宏达分析称,价格的传导需要一个过程,如果此次上调价格逐步向电池片和组件环节传导,有

望推动行业回归良性发展。

“目前整个光伏产业链基本处于亏损状态,这显然对行业的健康发展是不利的。”刘宏达表示,随着价格逐步回归理性,叠加落后产能的出清,光伏产业的发展质量有望进一步提升。

在不少业内人士看来,低价恶性竞争将会使不少企业以牺牲产品质量来减少亏损,这也给光伏行业的高质量发展埋下隐患。

今年5月份,中国光伏行业协会召开的“光伏行业高质量发展座谈会”提出,加强对低于成本价格销售恶性竞争的打击力度。

“从行业高质量发展的角度看,要更多地通过技术创新和技术进步推动降本增效,而不是恶意的价格竞争。”隆基绿能相关负责人表示,今年上半年,公司量产迭代技术和前瞻性研发连续突破。

据悉,过去5年,隆基绿能研发投入累计超过235亿元。2023年,隆基绿能在浙江嘉兴基地开发实施多项行业首创数字化技术,建成全球光伏行业目前唯一一家“灯塔工厂”,有效提升了全球光伏行业智能制造和数字化水平。

“对于光伏企业而言,应该从长远出发,将技术升级、科技研发等创新要素作为企业生存的核心要素,从而推动光伏行业高质量发展。”刘宏达表示,此次硅片价格上涨,释放了推动价格回归理性的信号,有望提振产业信心,推动行业重回高质量发展之路。

岳阳林纸谋篇林业碳汇开发 抓紧培育公司“第二增长曲线”

■本报记者 桂小笋

8月23日,国家应对气候变化战略研究和国际合作中心(以下简称“国际气候战略中心”)发布公告称,根据相关机构正式注册成立,由国家气候战略中心承担自愿减排项目和减排量的登记、注销等工作。即日起,正式受理相关申请。

业内人士认为,国家核证自愿减排量(CCER)登记重启,碳汇即将转变为“绿金”。

岳阳林纸董秘易兰锴表示:“CCER重启有望增加公司的利润空间。”

而针对此次国家气候战略中心宣布正式受理相关申请,有从业者告诉记者:“我们目前正在准备材料,争取第一批申报。”

公开信息显示,岳阳林纸旗下全资子公司诚通碳汇专门从事碳交易及碳资产开发,目前已在国内拿下了数十个林业碳汇类项目的开发,涉及林业面积数千亩。

诚通碳汇工作人员表示,在上半年,针对计划申报的CCER项目,团队已完成相关文件的编制,协助业主归集了林权证、与不同类型的林权所有者签订了林业碳汇开发协议,收集项目支撑性文件等。首批申请的造林碳汇项目分布在湖南、湖北及江西等地,面积达数十万亩。

根据《温室气体自愿减排项目审定

和减排量核查实施规则》,项目审定时限及减排量核查时限、项目公示等所需的时间超过6个月。“尽管时间紧迫,但我们已经做好了各方面的准备,通过多种措施,争取实现减排量的签发,从而早日形成一定数量的利润转化。”易兰锴说。

易兰锴介绍,碳汇资产的开发、经营,可以提升公司的经营质量,进而助推企业进入良性发展循环。

梳理岳阳林纸的公开信息可知,公司“绿金”储备十分可观:诚通碳汇正在为几十家客户提供项目开发服务,涉及林地面积4400万亩,同时为国外的多家企业提供国际碳汇信用合作开发服务,涉及面积近千万亩。“如果全部实现减排量的签发,来自这一项业务的利润贡献,将增加公司的利润空间,加快助力第二增长曲线形成。”易兰锴说。

除了抓住国内市场机会之外,岳阳林纸还将目光投向了全球,制定了碳汇资产开发全球化战略。

今年5月23日,诚通碳汇与三利木业(加蓬)签署战略合作框架协议,约定双方将在国际碳汇信用开发和交易、森林资源储备等领域进行深度合作。此次合作聚焦非洲加蓬的丰富森林资源,涉及总面积达85万公顷的广阔林地。

“通过这一系列的实践和努力,岳阳林纸已经逐渐开发不同机制下的碳信用,实现了碳汇‘出海’的框架搭建。”易兰锴表示。

农夫山泉:上半年茶饮料收入同比增长59.5%是亮点

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

8月27日,农夫山泉公布2024年中期业绩公告。数据显示,2024年上半年,农夫山泉整体营收221.73亿元,同比增长8.4%。受网络舆情影响,包装饮用水产品营收较去年同期下降18.3%,但饮料产品收入同比增长36.7%,其中,茶饮料收入同比增长59.5%。

这份中期业绩公告还展示了网络舆情和财务表现的关联。例如,舆情前的2024年1月份和2月份,农夫山泉瓶装水销售收入较去年同期增长19.0%,而上半年包装饮用水产品收入却整体较去年同期下降了18.3%。有业内人士估算,此次舆情令农夫山泉上半年营收损失超过了70亿元。

农夫山泉在报告中提出,自2月底开始,网络上出现大量对农夫山泉和创始人的舆论攻击和恶意诋毁,对品牌及销售产生了严重的负面影响,使得农夫山泉包装饮用水产品营收首次出现下跌,同比下降18.3%。

此前,农夫山泉通过官方渠道多次发布声明,并于5月20日发布《自2月25日针对农夫山泉和创始人钟睺赜的谣言及其真相|比流量重要的是真相,是基于事实本身的善恶是非判断》,针对相关舆情进行解释澄清。

中期业绩公告显示,今年上半年,农夫山泉饮料产品收入较去年同期增长36.7%。其中,茶饮料收入较去年同期增长59.5%,继续保持高速

增长。根据尼尔森零售数据,2024年1月份至6月份,东方树叶销售同比增长超过90%,几乎翻了一倍。

根据尼尔森数据,截至目前,东方树叶在无糖茶市场的份额超过70%,占据绝对的优势地位,成为整个行业争相效仿的风向标。在东方树叶的示范下,越来越多的品牌开始模仿东方树叶的产品和打法,整个无糖茶市场蛋糕持续扩大。仅2024上半年,就有超过50款新茶饮料产品。有业内人士评价,东方树叶的成功不是建立在存量市场的再分配,而是创造了全新的需求,东方树叶以一己之力为中国饮料行业开辟了一片新的增长领域。

东方树叶于2011年上市,仅上市

前的研发、设备等投资即已超过10亿元。产品上市八年才终于累计略有盈余,直到近几年才迎来井喷,领导无糖茶市场增长。

8月10日,钟睺赜在央视《对话》节目中表示:“我们从2012年、2013年做茶到现在十几年了,前六年是没有赚钱的,但到了2021年增长曲线就起来了。”

未来,随着茶原料品质的精进,东方树叶将进一步在无糖茶市场中发挥风向标作用。钟睺赜表示:“茶是具有中国魂的一种产品。我要用工业化的手段组织农民的集约化,让茶普及千家万户,作为中华大地上一种非常优雅的文明,再次向世界传播。”

江苏吴中半年报兑现医美业务预期 业绩反转多线布局再出发

8月27日晚,江苏吴中(600200.SH)发布了2024年半年度报告。根据公告披露,2024年上半年公司实现营业收入超12亿元,较上年同期增长9.62%,实现归属于上市公司股东的净利润2,445.46万元。

此前,江苏吴中采取“代理+收购”的模式布局医美业务。2021年,斥资1.66亿元收购达透医疗51%的股权,获得AestheFill艾塑菲童颜针在中国大陆地区的独家销售代理权。该产品于2024年1月份获批上市,上市后给江苏吴中带来可观的利润增长,一方面得益于产品的空心微球特性及其安全性等;另一方面是江苏吴中在营销及配送等方面拥有良好的基础。

艾塑菲上市表现亮眼 业绩和现金流持续增长

从财务数据表现来看,江苏吴中2024年上半年经营活动现金流有大幅提升,主要原因是医美板块AestheFill艾塑菲童颜针销售产生了较好的现金流。AestheFill艾塑菲童颜针作为江苏吴中新利润增长点,随着经营业绩和经营性现金流持续增长,将大幅提高公司的抗风险能力,极大增强公司盈利能力和核心竞争力,有序促进公司价值提升。

该产品于2014年在韩国获批上

市,10余年畅销全球60多个国家。2024年1月份,AestheFill艾塑菲童颜针在国内获批上市,正式进入中国市场。

2024年6月份,江苏吴中举办AestheFill艾塑菲童颜针全国专家峰会,出席嘉宾包括海内外专家学者、医美机构CEO、财经媒体、时尚网站媒体及小红书达人等,进一步加强了其在医美界的品牌影响力。江苏吴中持续推进与医美机构的合作,目标机构包括直客机构、轻医美机构和部分渠道机构,主要分布于一线城市和核心二线城市。目前,公司合作的医美机构数量持续增加,其中包括美莱、华韩、艺星、联合丽格、美艾、米兰柏羽等多家医美连锁品牌。多家国内头部医美机构人士表示,其在机构自今年4月份引进艾塑菲后,销量不错。值得一提的是,艾塑菲独特的空心微球结构与组织相容性等特点,也深受消费者的喜爱,在消费者口中形成了良好的口碑。

分析人士指出,展望全年,随着艾塑菲童颜针持续放量,江苏吴中无论是盈利能力还是业务能力都有望持续提升,公司高质量发展可期。

据悉,艾塑菲童颜针为江苏吴中医美业务第一个落地品牌,除了采用合作代理模式,引进世界知名轻医美产品国内的独家销售代理权外,江苏吴中还通过自身在医药板块的研发优

势,搭建自研(合研)医美产品管线,在玻尿酸、胶原蛋白、溶脂剂等赛道进行深度布局。

医药老兵再出发 多线布局未来可期

据公开资料显示,江苏吴中医药板块主营业务涉及药品研发、生产和销售,已形成以“抗感染类(抗病毒、免疫调节、抗肿瘤)、消化系统、心血管类”为核心的产品群,匹多莫德口服溶液、盐酸阿比多尔片、注射用普罗碘铵、注射用卡络磺钠、美索巴莫注射液为公司拳头产品。公司医美生科板块主要聚焦高端医美注射类产品及相关生物材料的研发、生产和销售,并通过外部引进、合作研发等方式不断完善产品管线。AestheFill艾塑菲童颜针曾被视为最有可能帮助江苏吴中盈利的产品,是江苏吴中业绩增长的最大看点,从半年报的数据表现来看,上半年公司医药业务营业收入超85,000万元,医美业务的营收贡献超8,000万元,其中AestheFill艾塑菲童颜针在上市销售短短两个月的时间实现毛利6,640.74万元。上半年经营活动产生的现金流量净额同比增长也成功转正,主营业务盈利水平逐步向好。

据悉,江苏吴中采取“代理+收购”的模式布局医美业务。2021年,通过

增资入股战略控股尚礼生物下属公司尚礼汇美60%的股权,取得韩国Humedix最新玻尿酸产品HARA中国区的独家销售代理权。同时,还斥资1.66亿元收购达透医疗51%的股权,获得AestheFill童颜针在中国大陆地区的独家销售代理权。

值得一提的是,2024年6月份,江苏吴中全资子公司吴中美取得北京丽徠科技有限公司注射用透明质酸钠-多聚脱氧核糖核苷酸(简称“PDRN”)复合溶液产品的独家权益,目前已进入临床试验阶段。该投资有望加强公司在再生医美领域的战略布局,并进一步完善公司的产品梯队。PDRN具有抗炎、组织修复、胶原蛋白再生等功效。医美行业历来被视为一个“长坡厚雪”的赛道,其高利润率以及渗透率尚存空间的特点,使得该行业的吸引力不言而喻。其高客单价、高复购率以及修复和抗衰老本随年龄增长而递增的特性,也为行业带来了持续的财富增长。目前,江苏吴中正在高效推进注射用双相交联含利多卡因透明质酸钠凝胶、注射用透明质酸钠-多聚脱氧核糖核苷酸复合溶液的临床注册工作,以及重组胶原蛋白冻干纤维、重组胶原蛋白植入剂、利丙双卡因乳膏和去氧胆酸注射液的临床前研发工作。江苏吴中表示,公司将持续围绕市场需求发掘投

资机会,依托于一一体化的研产销团队,精准布局具有发展潜力的医美产品,并推动产品尽快获批上市。此外,公司也将持续增强内部研发能力,自研和对外投资双轮驱动,打造全面的医美产品布局。

在自主研发方面,公司依托吴中医药在药品领域的研发优势,积极推动重组胶原蛋白冻干纤维、重组胶原蛋白植入剂、利丙双卡因乳膏和去氧胆酸注射液的临床前研发工作。

江苏吴中依托中凯生物制药厂在重组蛋白药物领域的研发和产业化基础,持续深耕重组胶原蛋白领域,并通过多元化手段积极引进外部的前沿技术。2023年10月份,取得南京东万生物技术有限公司在重组人胶原蛋白原料在合作领域内的独家经销权与独家开发权,该胶原蛋白通过CHO细胞体系表达,并由中国食品药品检定研究院出具的检测报告认为其具有胶原蛋白三螺旋结构。

2024年3月份,东万生物完成重组I型人胶原蛋白原料的主文档备案,同时也是国内率先完成主文档备案的重组I型人胶原蛋白原料。此次原料备案有望加速公司在研的支撑性重组I型人胶原蛋白植入剂的申报流程,加快产品上市时间。

值得一提的是,江苏吴中位于上海东方美谷的首期重组胶原蛋白生

产车间建设已基本完成,并进入最后的调试验证阶段,为公司的重组胶原蛋白冻干纤维和重组胶原蛋白植入剂两款III类医疗器械产品的临床研究和产业化打下坚实的基础。2024年3月份,公司下属子公司吴中美荣获上海东方美谷“2023年度成长潜力企业”。

此外,江苏吴中亦积极推进其引进的韩国医美企业Humedix(汇美德斯)最新一款注射用双相交联含利多卡因透明质酸钠凝胶产品的临床注册工作,目前处于临床试验数据整理阶段。

值得注意的是,2024年6月份,吴中美学与北京丽徠科技有限公司签署了投资协议,并取得丽徠科技注射用透明质酸钠-多聚脱氧核糖核苷酸(简称“PDRN”)复合溶液产品的独家权益。该PDRN复合溶液产品已进入临床试验阶段。此次投资有望加强公司在再生医美领域的战略布局,并进一步完善公司的产品梯队。

未来,公司将持续围绕市场需求发掘投资机会,依托于一一体化的研产销团队,精准布局具有发展潜力的医美产品,并推动产品尽快获批上市。此外,公司也将持续增强内部研发能力,自研和对外投资双轮驱动,打造全面的医美产品布局。

(CIS)