

公司零距离 · 新经济 新动能

卡斯柯:推动智能管控系统研发

经济日报记者 李治国
本报见习记者 金婉霞

从配送外卖、电力巡检到载人运货,低空经济正加速“起飞”。但在没有红绿灯、车道的低空空域,是什么控制着无人机的飞行路径,确保空中交通安全、通畅?

“是低空智能管控系统。”卡斯柯信号有限公司(以下简称“卡斯柯”)党委书记、董事长王印日前在接受记者采访时表示,低空空域是一个复杂开放、多层立体的交通空间,管控系统是确保航空器安全飞行的关键,也是整个低空空域飞行中最核心、最有挑战性的装备。“智能管控是卡斯柯具有优势的领域”。

资料显示,卡斯柯成立于1986年,是中国通号控股子公司,轨道交通控制领域领域的领军企业,其客户主要包括地铁公司及铁路局等。这家面向“地面”甚至是“地下”交通的企业,因何能够转入低空赛道?近日,记者进行了调研。

坚持自主研发

在现代控制手段下,工作人员可以清楚知道每辆地铁的进站、开门、入客、出站时间,以及不同车次之间的间隔时间,控制到分毫不差,同样的场景也适用于高铁。

实现这一切的技术手段正是信号系统。信号系统类似于轨道交通的大脑和神经中枢。首先,系统通过各类硬件传感器,接收大量的信号参数,比如速度、运动轨迹等;其次,运用特殊的算法,对这些参数进行控制,进而控制列车的运动方式。王印说:“信号系统是服务于民生基建工程的重要设备,它的天生使命是保障安全;其次是提高效率,为乘客提供更便捷、更高效的出行体验。”

截至2024年7月份,卡斯柯已获得城轨CBTC线路105条,开通里程达2931公里,参与建设170多条高铁和客运专线。与此同时,卡斯柯坚定走向海外。“在20多个国家和地区,卡斯柯以卓越的技术在当地轨道交通



图①国内首条C2+ATO市域线:上海市域铁路机场联络线
图②全球首套实现商用的TACS线路:深圳地铁20号线
图③埃及首条CBTC线路:斋月十日城铁路
图④卡斯柯总部大楼外观
公司供图

建设中留下了深刻的烙印。未来,我们在海外市场还是有很大的发展空间。”王印说。

广泛应用的背后,有赖于深厚的技术积累。记者了解到,中国轨道交通信号控制起源于上世纪90年代左右,而卡斯柯的发展轨迹可以说与中国轨道交通发展走向高度重合,在世界同行间经历了从跟跑、并跑到领跑的过程。

成立之初,卡斯柯践行“引进、消化、吸收、再创新”的研发模式。一方面,紧跟国内外先进技术,确保这些先进技术能及时转化为符合市场和客户需求的实际应用;另一方面,大力开展自主研发和创新。王印介绍,成立30多年来,卡斯柯以每年不低于10%的年销售额投入于研发,截至目前,已拥有数百项具有完全自主知识产权且与国际先进水平相当的技术和产品。

进入2020年后,城市轨道交通逐步步入存量市场。卡斯柯持续推进自主研发,以创新产品赋能客户降本增效,助力行业实现数字化、智能化转型升级。同时,卡斯柯为有需求的线路进行系统升级更新,帮助既有交通资源发挥出更大的运输效能。

王印说,卡斯柯已总结出无缝翻新、修旧延寿、升级延伸、兼容并蓄等信号系统改造方案,可以根据具体线路的特点提供定制化产品与服务,助力城轨实现高质量可持续发展。

新赛道新可能

2024年,低空飞行成为卡斯柯探索布局的新业务之一。

“我们以航线、航道、航路、航层为基础架构,打造数字化空域,充分发挥卡斯柯在轨道交通领域的经验和优势,利用轨道交通安全控制的理

念和技术手段,防止航空器之间发生冲突,实现安全有序的融合飞行,提高空域资源利用效率。”王印介绍说。

今年3月份,卡斯柯在深圳成立了“低空技术研究中心”,聚焦低空空域等领域的技术创新和产业孵化。6月份,卡斯柯发布了无人机AI巡检及应急指挥系统,并在深圳龙华现代有轨电车示范线成功完成首飞场景验证。目前,卡斯柯也在积极开展低空空智能管控系统研发,响应母公司中国通号关于低空经济“三业一态”的战略部署,加快推动“轨道+低空”创新应用和商业落地。

展望未来,王印认为,作为一家以轨道交通控制系统为核心技术的公司,对卡斯柯来说,未来在聚焦主航道的同时,也将不断寻找新赛道,适应行业发展,推动行业发展,创造出更多的可能性,并助力交通向安全、便捷、绿色、高效、经济、包容、韧性发展。

业绩分化明显 多家造车新势力上半年亏损

本报记者 刘钊

截至9月6日,5家在境外上市的造车新势力车企2024年中报均已披露完毕。从财务数据来看,上半年理想汽车实现营业收入573.12亿元(人民币,下同),遥遥领先于其他造车新势力,同时,理想汽车也是其中唯一一家实现盈利的造车新势力。

“2024年上半年,造车新势力车企呈现出强者愈强、弱者寻求突破的竞争格局,车企两极分化也愈发明显。”中欧协会智能网联汽车秘书长林示向《证券日报》记者表示,“理想汽车在多个方面表现优异,其他车企虽存在一定差距,但通过加大研发投入和推出新车型,仍具备较强的市场竞争力。展望下半年,随着新车型陆续上市,造车新势力的市场竞争将更加激烈。”

交付量是观察上述车企经营水平的重要指标,今年上半年,理想汽车共交付新车18.90万辆,是造车新势力中

唯一突破10万辆大关的车企,蔚来、极氪、零跑汽车交付量均突破8万辆。相较而言,小鹏汽车则明显掉队,交付量仅有5.20万辆。

“蔚来在技术、产品、服务和社区方面的核心竞争优势逐渐深入人心,推动持续强劲的销量表现。2024年第二季度,蔚来创纪录地交付了5.74万辆高端智能电动汽车,在中国30万元以上的新能源汽车市场中占据超过40%的市场份额。预计第三季度的总交付量将再创新高,进一步巩固和扩大市场份额。”蔚来董事长李斌表示。

交付量的差异也体现在营业收入上,上半年,理想汽车实现营业收入573.12亿元,领先于其他造车新势力。极氪、蔚来、小鹏汽车以及零跑汽车分别实现营业收入347.77亿元、273.55亿元、146.60亿元和88.45亿元,在营业收入同比增幅方面,极氪同比增长63.50%的增幅位居榜首,小鹏汽车、零跑汽车的同比增幅均超50%。而理想

汽车的同比增长率为20.81%。

从净利润来看,理想汽车是唯一实现盈利的造车新势力车企,今年上半年,其实现归属普通股股东净利润为16.95亿元,尽管实现盈利,但与去年同期相比下滑47.40%。相比而言,小鹏汽车、蔚来、零跑汽车均实现减亏。

零跑汽车相关负责人坦言,公司毛利提升而亏损没有显著收窄,是因为公司上半年特别是第二季度增加了研发投入,包含未来新车型开发以及加大了智能驾驶技术的研发投入。公司已启动并正在实施端到端大模型智驾技术和应用的开发,并计划于2024年及2025年推出相关的应用。

研发已成为车企决胜未来的关键。从研发费用来看,蔚来和理想汽车今年上半年的研发投入均超60亿元,极氪、小鹏汽车、零跑汽车的研发投入分别为45.49亿元、28.17亿元以及12.21亿元。

以理想为例,今年第二季度,理想汽车研发费用就达到30亿元,研发费

用主要投入智能驾驶、智能空间、智能电动和车辆安全等核心技术的开发。

为了进一步抢占市场份额,造车新势力也在不断推出搭载最新技术的新车型。8月27日,小鹏首款AI车型MONA M03正式上市,上市48小时订单量就突破3万,有望成为公司业绩新增长点。蔚来品牌乐道汽车首款车型L60将于9月19日上市,并将于9月底开启交付。此外,在日前举行的2024成都车展上,极氪首款SUV车型极氪7X全球首秀及预订,除7X外,今年四季度极氪还将上市另一款新车极氪MIX。两款新车与001、007等在售车型被极氪视为拉动下半年销量的关键。

业内人士告诉《证券日报》记者,如今正值“金九银十”汽车传统销售旺季,造车新势力车企正在全力冲刺,能否完成既定年度销量目标在此一举。在这个关键时期,各家车企纷纷使出浑身解数,以期在激烈的市场竞争中脱颖而出。

跨境电商行业上半年业绩向好 企业积极探寻新增长点

本报记者 谢岚 见习记者 梁俊男

当前,跨境电商作为我国外贸增长的重要引擎,带动了制造业、物流仓储以及相关贸易的快速发展,展现出强劲的活力。

从2024年半年度财报来看,跨境电商赛道迎来更多参与者,竞争态势加剧,同时平台监管规则也日益严格。以跨境电商为核心或关键业务的公司业绩呈现出分化趋势,多家龙头企业业绩增长,但也有少数企业面临净利润下滑的挑战。

天使投资人、知名互联网专家郭涛对《证券日报》记者表示,跨境电商行业业绩总体向好,彰显出企业在复杂国际环境下所展现出的韧性与创新能力。企业之间业绩存在差异可能受多方面因素影响,一是市场定位的程度有所不同;二是创新能力与适应能力存在差别,影响企业捕捉市场机遇的能力。

业绩出现分化

据《证券日报》记者统计,今年上半年,安克创新、赛维时代、三态股份、致欧科技等14家上市跨境电商中,有9家企业营业收入实现同比增长,11家企业归母净利润实现同比增长。

其中,安克创新以96.48亿元(人民币,下同)的营收位居榜首,其次是华鼎股份和赛维时代。从增速来看,泛远国际上半年营收增速最快,同比增长约111.89%,主要得益于端到端跨境配送服务、货运代理服务及其他物流服务的收益增长。

然而,也有5家公司营收出现不同程度的下降,其中,兰亭集势与跨境通的降幅最为显著,均同比下降超过15%。

归母净利润方面,安克创新一骑绝尘。今年上半年,14家上市跨境电商归母净利润合计为15.60亿元,而安克创新的归母净利润高达8.72亿元。安克创新的表现可归因于市场拓展的深化、产品创新的持续、销售渠道的多元化与优化、产品线优势的巩固、成本控制与运营效率的提升,以及品牌影响力与消费者信任度的不断增强。

此外,致欧科技上半年营收虽同比增长40.74%至37.2亿元,但归母净利润却同比下降7.73%至1.72亿元。对此,公司表示,为了提高市场份额,采取了降低产品销售平均单价的策略,产品平均售价较去年同期有所下降。为了推广新产品,公司增加了营销费用的投入,广告费用占营收比例同比增长0.9个百分点至4.0%。

网经社电子商务研究中心特约研究员、宁波新东方工贸有限公司CEO朱秋城对《证券日报》记者表示,跨境电商传统模式已然落幕,精细化模式

下,品质和品牌化成为趋势。

“半托管”模式兴起

海关总署统计数据显示,2024年上半年,中国跨境电商进出口达1.22万亿元,同比增长10.5%;高于同期我国外贸整体增速4.4个百分点。

在业内人士看来,跨境电商市场呈现结构性增长趋势,未来体量仍会有新突破。面对这一广阔市场,中国跨境电商企业纷纷探索新的运营模式,其中,“半托管”模式作为介于“全托管”与“自运营”之间的创新模式,正逐渐成为行业“新宠”。

2024年初以来,速卖通、阿里国际站、Temu及SHEIN等跨境电商巨头相继宣布推出或加码“半托管”模式,这一新兴模式正加速渗透并重塑跨境电商生态。

赛维时代表示, Temu平台于3月中旬开通“半托管”,公司积极接入并发挥供应链优势,受益于平台发展红利,在今年上半年取得了较好的销售表现和增长。

致欧科技也在财报中表示,公司在持续提升亚马逊平台市场份额的同时,持续扩大Temu、SHEIN等新兴平台流量的机会。 Temu开放“半托管”后,公司作为第一批“半托管”卖家在美国站开店后,凭借自营海外货盘、尾程履约能力、产品竞争力影响力抓住了平台初期的流量红利,为下半年欧洲站点发力提供坚实的基础。

华凯易佰财报显示,报告期内,平台通过“半托管”服务模式,持续助力众多业内卖家和跨境行业卖家开拓全球生意。

跨境卖家导航网站AMZ123的调查数据显示,截至2024年6月份,约四成卖家已着手布局“半托管”业务,同时也有18%卖家正在考虑布局。

对此,网经社电子商务研究中心特约研究员王剑对《证券日报》记者表示,可以预见的是,在未来的一段时间里,“全托管”与“半托管”并行或将成为跨境电商平台的主流趋势。

中国跨境电商50人论坛副秘书长、网经社电子商务研究中心主任曹磊对《证券日报》记者表示,企业通过品牌建设、本土化运营、提升物流交付服务体验等方式,建立自己的差异化竞争优势,并持续关注技术创新和商业模式、运营模式创新。

“总结上半年跨境电商的发展特点,韧性、创新和政策调整无疑是三大关键词。”郭涛对记者表示,韧性体现为企业面对多重外部压力依旧保持增长态势,创新表现为企业积极探索新的增长点与突破路径,并灵活应对全球各大平台及海外市场的政策变动以维持市场地位。展望未来,跨境电商行业将继续深化技术创新和市场多元化战略,并强化本地化运营策略,更好地适应国际环境和市场需求的变化。

腾讯全球数字生态大会落幕 AI、大模型等商业应用引关注

本报记者 李豪悦

9月6日,为期两天的“2024年腾讯全球数字生态大会”落下帷幕。这场聚焦数字时代浪潮的行业大会,吸引了无数全球从业者的参与,共同探讨数智化时代下的产业机遇。其中, AI、大模型等商业应用的落地受到广泛关注。

腾讯集团高级执行副总裁、云与智慧产业事业群CEO汤道生表示,当下很多企业面临外部多重挑战,甚至陷入“内卷式竞争”,但如果蛋糕不增长,结果就是“零和”游戏。

那么,作为全球互联网巨头之一的腾讯,是如何“跳出框架”,探索“新发展”的?

记者了解到,此次腾讯在大会现场推出了三项重要产品。在通用大模型方面,腾讯宣布推出了性能更强、性价比更高的MoE模型腾讯混元Turbo,推理效率提升1倍,推理成本降低50%。据了解,混元Turbo已经在腾讯云正式上线,输入和输出价格只有前代模型的一半。

此外,腾讯还推出了AI infra品牌“腾讯云智算”。作为“集算存网一体”的高性能智算底座,其整合了腾讯云高性能计算HCC、高性能网络IHN、高性能云存储、加速框架、容器、向量数据库、算算套件等腾讯云优势产品。腾讯云智算能够为AI创新输出性能领先、多芯兼容、灵活部署的智算产品能力,助力AI大模型加速落地。

除此之外,为了帮助中小企业在大模型上的运用,腾讯云在大会上发布了RAG解决方案。该方案能够帮助

企业结合自身信息知识快速打造大模型应用。

腾讯集团副总裁、腾讯云与智慧产业事业群COO、腾讯云总裁邱跃鹏表示:“大模型和云是密不可分的。”他提到,腾讯云在持续打磨云上大模型取用体验。例如,基于混元大模型打造的腾讯云AI代码助手目前已覆盖腾讯云集团内部超过50%的程序员,编码时间平均缩短了40%。腾讯会议的智能录制、AI助手、多语言翻译等AI能力,每月助力超过1500万用户提升协作效率,也在与更多场景深度融合。

从商业应用角度看,腾讯是如何服务客户的?记者在展会现场发现,借助腾讯云解决方案的客户覆盖游戏、文旅、汽车、消费、医疗等多个领域。

在游戏领域,现场展示了腾讯云为《无尽冬日》《元梦之星》《鸣潮》等游戏提供的技术支持。

记者在展馆体验了腾讯云联合敦煌研究院开发的XR文旅游戏,通过科技“亲身”感受甘肃敦煌面积约7万平方米的神秘洞窟“藏经洞”。现场工作人员表示,该游戏在部分博物馆已经能够线下购票,即便无法进入现场,游客也能体验到未开放文物的魅力。

长安汽车董事长朱华荣也在现场分享了腾讯和长安汽车合作中,双方围绕云计算、AI大模型、地图、智能座舱、组织提效、国际化等多个层面深入合作,并面向高阶智能驾驶,探索车图云一体化的模式创新。

汤道生表示:“腾讯将持续以产业互联网为基础,助力企业拥抱数字智能,推动融合创新和面向全球市场,以新技术、新市场的突破,实现增长破局。”

4家川酒上市公司上半年揽金725.43亿元 产业经济“抱团”发展助力竞争力提升

本报记者 舒娅疆

近日,四川省内4家白酒上市公司相继披露了2024年半年报。上半年,五粮液、泸州老窖、水井坊、舍得酒业合计实现营业收入725.43亿元,归属于上市公司股东的净利润总额279.18亿元,同比分别增长11.34%、10.57%。

上述4家白酒公司上半年营收、净利润总额占175家四川A股上市公司总额的比例分别为13.59%、53.52%,川酒企业强大的“吸金”能力可见一斑。

值得一提的是,2024年以来,川酒产业进一步提升凝聚力,以抱团态势推进产业竞争力提升,在上市公司等龙头企业带动下,川酒产业的高质量发展前景受到期待。

具体来看,今年上半年,五粮液、泸州老窖、舍得酒业、水井坊分别实现

营业收入506.48亿元、169.05亿元、32.71亿元和17.19亿元,归属于上市公司股东的净利润分别达190.57亿元、80.28亿元、5.91亿元和2.42亿元。

4家川酒上市公司的总体经营形势良好,其中,五粮液、泸州老窖、水井坊的营收、净利润同比均实现双位数增长。4家川酒上市公司的酒类业务毛利率均保持在80%上下的较高水平。

从上半年经营工作来看,川酒上市公司在稳定价值链、推进数字化建设等方面取得了较好成效。与此同时,川酒上市公司继续推进产能优化升级。

发展稳步迈进。

今年5月份,四川省经济和信息化厅发布《着力打造“川酒”品牌 推动川酒高质量发展行动方案(2024—2027年)(征求意见稿)》,明确发展目标,并在重点任务方面提出16项具体措施。5月底,四川省酒业协会正式成立,该协会由八家领军企业联合发起,主要承担擦亮川酒品牌相关任务,加强行业服务,促进行业自律、推动抱团发展。

对于川酒产业的未来发展,知趣咨询总经理蔡学飞向《证券日报》记者表示,四川是白酒产销大省,不仅是浓香型白酒的核心产区,也是名酒品牌聚集区,从市场方面看,四川的白酒消费容量大、消费频次高、消费能力与辐射力强,这些都为川酒产业的聚合发展提供了较好的基础。

四川(西部)研究院投资与可持续

发展研究中心主任王小琪在接受《证券日报》记者采访时表示,四川白酒产业基础雄厚、历史悠久,在川酒“六朵金花”“十朵小金花”“原酒20强”等企业积极发展的背景下,川酒在生产、销售规模和企业、品牌等多方面均具备优势,也具备良好的发展前景。但同时也需注意,白酒行业目前面临着新形势、新特点,在行业竞争日趋激烈的情况下,产业区域竞争也变得激烈,这对川酒产业的进一步发展提出了更高要求。

“建议川酒产业进一步从以下几个方面发力,包括推进川酒产业创新引领,强化品牌培育;进一步满足行业多元化、个性化、国际化的消费需求;强化‘政产学研用’的融合,同时注重打造跨区域、跨产业联盟;推进酒类产业和其他相关产业的融合,比如‘酒+文旅’‘酒+商贸会展’等。”王小琪说。