

# 中标1.5亿元高标准农田建设项目 大禹节水年内新增订单超23亿元

■本报记者 刘欢

日前,大禹节水发布公告称,公司全资子公司甘肃大禹节水集团水利水电工程有限公司(以下简称“工程公司”)中标1.5亿元上蔡县2020年12万亩高标准农田建设项目。

大禹节水内部人士向《证券日报》记者表示:“此次项目中标是公司近年来继在新疆、贵州、内蒙古、河北等地取得规模订单之后在河南省的又一突破性进展。同时,在多项农村水利行业政策的扶持下,我们凭借着全国布局优势、全产业链优势等因素,目前新签订单和在手订单都比较充裕。”

截至目前,大禹节水2020年内新增订单23.04亿元,超过去年全年订单金额近2亿元。

上述内部人士表示:“新增订单的签订充分展示了公司的实力,也反映了疫情影响期间恰恰是行业集中度提升的绝佳机会,我们充分发挥了产品、资本、技术以及品牌等方面的优势,在今年抢占了更多的市场份额,提高了市占率。”

## 进一步拓展河南市场

近年来,大禹节水深度推进“水网、信息网和服务网”三网融合,在“三农水三张网,两手发力共担当”的战略指导下,通过不断的市场拓展与业务模式创新,完成了西北、华北、西南三大区域市场布局,并形成了覆盖全国,涉及农村水利行业全产业链的整体市场架构。

进入2020年,大禹节水积极开拓河南市场,并成功中标多个项目。

7月28日,大禹节水参股公司河南水谷科技有限公司、工程公司以及河南省水利第二工程局作为联合体成员成功中标3.73亿元的《郑县广渠和恒压灌区提质增效(一期)项目》。8月13日,工程公司成功中标1.5亿元的上蔡县2020

年12万亩高标准农田建设项目。

上述内部人士称:“郑县项目的合同已经签订,目前正在实施中,该项目的顺利实施,帮助我们打开了河南市场。而上蔡县项目的中标与实施,能够进一步拓展河南市场,有利于提升我们在河南地区高标准农田建设领域的影响力。”

## 新增订单金额超去年全年

随着乡村振兴政策的持续落地,高标准农田建设和高效节水灌溉领域千亿元规模的市场空间开启。根据天风证券深度研究报告测算,高标准农田和农业高效节水灌溉工程每年新增市场空间保守估计有1800亿元。这是一个巨大的市场,但同时也是一个高度分散的市场。大禹节水作为上述领域的龙头企业,其市场占有率还不足2%。

2020年,在疫情冲击之下,同行业诸多企业面临资金、施工组织等方面的问题,无法满足地方政府和市场需求,在此情况下,大禹节水获得了更多的市场份额。

大禹节水年内新增订单23.04亿元,超过去年全年订单金额近2亿元。其中,新增EPC订单11.69亿元,占比50.74%;PPP订单(含作为联合体牵头人和成员)5.39亿元,占比23.40%;EPC+O订单3.47亿元,占比15.06%;信息化订单2.91亿元,占比12.63%;设计订单1.40亿元,占比6.07%;其他订单1.65亿元,占比7.16%。

盘古智库高级研究员江瀚接受《证券日报》记者采访时表示:“今年虽然受到疫情影响,整个市场有着较大的压力,但是频发的各类洪涝灾害以及各地不同程度的农业生产压力,也增加了节水灌溉等相关产业的市场需求,需求增加必然会带来整个市场的变化。”

国家多项惠农政策的出台也为大禹节水的发展带来了利好。大禹



节水内部人士向记者表示:“多个惠农政策的密集出台在今年给农业农村以及农业现代化进程的发展带来了不可多得的历史机遇,同样也为我们这种数十年专注于农村水利行业的企业带来了发展机遇。”

## 积极探索项目运营新模式

在江瀚看来,政策的扶持给广大的节水灌溉企业带来了巨大的风口,对于节水灌溉企业来说最需要做的是及时研究政策红利指引方向,根据自身优势,结合地方特点因地制宜推出符合各地特点的产品体系。“当前的水利市场已经不是‘一招鲜吃遍天’的时候了,需要的是多元化的应对方案。”江瀚说。

近年来,大禹节水结合各地的市场情况和运营经验,发展出了不同的项目运营模式,为多个项目提供多元化的解决方案。

大禹节水将原先的EPC模式进一步拓展为EPC+O、EPC+M模式,为高标准农田、现代化灌区项目提供规划设

计、采购、生产制造、工程施工、运维服务等一体化系统解决方案。目前,该模式已在多地项目中被广泛复制。2020年以来,该公司在甘肃玉门和河北怀来先后斩获EPC+O订单3.47亿元。

在新疆沙雅县渭干河灌区农业高效节水增收试点项目,大禹节水大胆尝试了第三方委托运营,创建了施工+运营的“沙雅模式”;在宁夏利通区现代化生态灌区建设项目中探索出了社会资本参与+水权交易的“利通模式”;2014年,公司主导推动了农田水利领域首个成功引入社会资本投资的云南陆良项目并丰富完善为“元谋模式”,作为引入社会资本共同投资建设并承接特许经营运维服务的BOT模式,该模式迅速在全国范围内尤其是西南区域澄江、祥云、弥渡、弥勒等地推广复制。

“未来,尽快占据核心产区核心土地运营服务面积是公司战略布局的重点,这些土地上长达十几年的运营权所带来的运营服务收入,将成为公司持续稳定的收入来源。”大禹节水内部人士告诉记者。

## 建国初期我国的“老字号”企业有1.6万余家,目前仅有1128家

# “老字号”开辟新战场:携IP联名破圈 抢IPO“入场券”

■本报见习记者 于琦

同仁堂药店卖咖啡,大白兔奶糖做香氛,内联升布鞋玩IP……在这些“老字号”企业积极转型的背后,是它们与现代生活的接轨和融合。

“从年轻人的角度来说,我和周围的朋友是很少光顾‘老字号’店铺的。”在北京海淀区某餐饮店内,消费者张小宇(化名)告诉《证券日报》记者:“年轻人逛街都会直接在购物中心内用餐,或者去网红店拍照打卡,专门去老字号就餐或者购买吃的,一般来讲是不太可能的。”

提起“老字号”品牌,首先想到的是传统文化的底蕴,古老传承的工艺,独特非遗的精髓。而今,很多老字号企业却陷入经营困境,甚至走向消亡。

一组数据或许能够说明“老字号”企业的危机严峻。中国品牌研究院的调查数据显示,建国初期,我国的老字号企业为16000余家。而今,《证券日报》记者查阅商务部中华老字号信息管理平台,其中显示在商务部认证的中华老字号仅有1128家。

## “老字号”需要“新血液”

口碑下滑、股票下跌、业绩下降……在面对消费人群有了新的升级和

变化时,老字号确实“老”了,但是“老”的不是品牌,而是固步自封、无法满足新的消费需求的心态。

“比如有的企业是做瓜皮帽的,在建国以前很多人都会戴这种帽子,但是现在根本没有人戴瓜皮帽了。即使做帽子的技艺再怎么精湛,也只能作为展示,而没有市场。”中国商业联合会专家委员会委员赖阳告诉《证券日报》记者,很多“老字号”消亡的根本原因是固步自封,原来的产品不受消费者欢迎,不去创新就没有了市场。

对于餐饮业而言,赖阳坦言:“如果只是抱着传统的烹饪技法、烹饪思维、就餐环境的话,肯定吸引不了消费者。”他解释称,因为现在大量年轻人把外出就餐作为生活中的一部分,所以他们需要的是轻餐饮,需要的是单人或是两三个人的聚餐环境和菜品。

由此可见,“老字号”企业在注重文化和传承的过程中,更要与时俱进,为品牌输送“新血液”。

在赖阳看来,“老字号”企业转型升级做新的比较好的就是内联升。“从过去卖官靴,到后来卖老北京布鞋,内联升品质根基在于做布鞋的技艺,在于布鞋的品质。”赖阳表示:“内联升在保留千层底工艺、纯天然材料等老北京布鞋的传统基础上,与设计师共同合作,推出

了具有时尚元素的IP联名款布鞋,比如大鱼海棠款等等。把时尚和文化做到了很好的融合,这就是创新。”

除内联升外,《证券日报》记者还发现,带着“老字号”标签,却不断突破产品界限的还有很多“老字号”企业。如杏花楼联手故宫推出国潮范儿月饼,大白兔联名气味图书馆做奶糖味儿香氛,吴裕泰深挖茶品价值开发网红奶茶、冰淇淋等茶叶衍生品……在推陈出新的过程中,这些“老”字号满足了新一代消费者的更多期待,也俘获了部分年轻消费群体。

## 资本加持要兼具文化底蕴

实体经济的发展离不开资本市场的“输血”,进入耄耋之年的“老字号”企业在近期正排队递交上市申请,如五芳斋、张小泉等。

“目前资本市场处于政策驱动的高潮,对于传统行业的‘老字号’来说,现在是IPO的最佳时间窗口,错过了的话,可能就很难判断之后上市的周期。”香颂资本执行董事沈萌在接受《证券日报》记者采访时表示:“通过上市证券化,一方面‘老字号’企业可以实行价值增值;另一方面还可以通过上市获得低成本资金来源。”

对于“老字号”企业而言,上市并不

等于赢得市场。

“如果企业整体的运营模式能够与现代社会生活方式相融合,业绩上能够得到持续增长,那么上市对于企业来说肯定能起到促进的作用,但是如果只是有‘老字号’的牌子,运营还是老一套,融来的资金不能很好地利用,也没有完善的运营机制,上市未必就代表了成功。”赖阳直言。

“在‘老字号’推进上市和创新的过程中,也要注意品牌价值的保护,不要舍本逐末,要从文化和传统角度进行深挖。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林表示,上市后股权是分散的,资本会对“老字号”企业有更多期待。他建议,在品牌推向市场的过程中,更要脚踏实地推进企业的发展。

“因为‘老字号’有时候习惯跟随现在年轻人的潮流,殊不知如今‘传统’才是最流行的”,不能与品牌基本理念背道而驰。”盘和林说。

“‘老字号’企业的主动转型是一种策略上的选择,如果只是零星的‘追热点’,并不意味着能和年轻消费群体融合,不能解决根本问题,过于流于表面化会失去文化内涵的附加效应。”沈萌表示,“老字号”企业应该更注重对品质和文化的传承,对于表现形式外在因素可以与时俱进。

## 从灯塔工厂到灯塔工业

# 工业富联打造“智能制造+工业互联网”新产业生态

■本报记者 王小康

近日,工业富联举办2020年媒体线上业绩说明会。公司董事长李军旗、CEO郑弘孟、财务总监郭俊宏以及首席数据官刘宗长、首席投资官涂彦彦等出席了会议。

2020年上半年,工业富联业务稳步推进,收入达到1767亿元,同比增长3.6%。同时,在新基建的风口下,公司持续增加对研发的投入,第二季度相较于第一季度提升了73.5%。上半年的资本性支出同比增长了32.4%,以助力未来战略的可持续发展。

## 云计算业务高速增长

在公司整体战略上,董事长李军旗表示,“工业富联扎根大陆,布局全球,在这次突如其来的疫情和全球政治经济形势发生巨大变化的今天,依然保持了战略定力和稳健发展的态势,这其中核心技术的突破和全球化的布局是我们应对一切危机的根本保障。接下来我们瞄准的战略方向就是与合作伙伴共同打造

智能制造+工业互联网的新产业生态。”

李军旗表示,在深圳即将迎来经济特区设立40周年之际,工业富联作为和深圳共同成长、共创新、共发展的企业,将继续创新引领,起到应有的示范作用。“我们希望通过在深圳的新生态打造、创新中心的设立,为深圳乃至粤港澳大湾区未来企业的转型升级、持续高质量发展起到助推作用,这也正是工业富联的“服务全球制造,兼善天下实业”的使命。”

在此次交流会上,工业富联的管理层就市场关注的公司部分热点问题进行了解答。

工业富联上半年能实现营收和扣非净利润的双增长,云计算业务的高速增长是主要原因之一。对于下半年云计算业务的发展和增长空间,总经理郑弘孟对《证券日报》记者表示:“中国的疫情目前得到了很好的控制,但由于全球其他地区还有一些地方仍然受到很大的影响,促使了云经济的发展。工业富联秉持着过去20多年来在服务器技术的深耕以及全球化的布局是我们应对一切危机的根本保障。接下来我们瞄准的战略方向就是与合作伙伴共同打造

占有率,也为我们的收入增长以及毛利的提升带来良好的动力。相信在第二季度的增速之下,将持续促进第三季和第四季的需求,我们也会持续关注云方面的发展,审慎乐观达成客户的要求,来创造更高的佳绩。”

## 迎接5G新基建的新机遇

在推动自身业绩稳健发展的同时,工业富联也在持续发力垂直领域的工业互联网平台打造,通过“灯塔工厂”项目对外赋能与应用落地。对于该项目目前的进展,首席数据官刘宗长对《证券日报》记者表示,“今年上半年已经和很多行业头部企业进行了合作,已经接近完成此前提出的要建设落地10个灯塔工厂的目标。与行业的头部客户合作后,我们会共同打造行业内的灯塔工厂标杆,这样我们可以定义行业内卓越制造的完整场景,并且能够帮助我们的客户实现效益上的大幅提升和绝对领先。”

刘宗长进一步表示:“在中短期之内,我们希望能够打造这样的一个标杆,同时能够定义出来这些典型的场景

和这样一些软硬整合的标准方案。这样的形式可以以点带面,带动整个行业的转型升级,从而实现我们从灯塔工厂到灯塔行业再到灯塔工业这样一个逐步范围的扩大。所以我们在使用这样一个方式,其实是希望能够实现更加规模化的推广和应用产生更大的经济价值。”

工业富联与中国联通推动的深圳第一个“5G+工业互联网”应用省级示范园区正在建设中。目前,该示范园区已有多个项目进入测试阶段,如AGV移动视觉检测及反向控制、智能仓储项目、智能运输等。

“工业富联抓住了相关的发展机遇,率先实现了落地应用。未来我们也会加大和运营商的合作力度,提供5G所需要的通信设备,合力打造适用性更强以满足工业场景所需的5G网络。另外一方面工业富联也将持续在通信移动、网络设备方面以及相关的服务人工智能、高性能运算方面加大投入部署,以软硬结合的全覆盖产品服务矩阵来迎接5G新基建的新机遇。”郑弘孟表示,“5G+工业互联网”是推动制造业转型升级链条互联互通的重要手段。

## 不少于3亿元拓展数码印罐业务 斯莱克多举措转型迎来收获期

■本报记者 陈红

近日,斯莱克发布公告称,公司计划通过斯莱克控股子公司江苏正彦数码科技有限公司(以下简称“江苏正彦”)在常州市武进绿色建筑产业集聚示范区内,投资建设智造融合创新中心项目,总投资预计不少于3亿元,本项目的实施将进一步拓展公司数码印罐业务增长空间。

## 推动发展C2M商业模式

根据公告,该公司通过江苏正彦与常州市武进绿色建筑产业集聚示范园区管理委员会签订《投资协议》,拟在园区内建造智造融合创新中心,数码制罐自动化生产车间和销售、物流、展示场地。中心功能将分为智能制造创新体验中心、易拉罐主题交流空间、新媒体联合聚集地、产业服务平台、实训基地及投融资服务中心。武进区管委会为江苏正彦预留24亩土地的发展空间,并依法提供相应的政府补贴、争取专项资金支持、税费奖励政策等支持和服务。

对于本次投资,斯莱克总经理李保均在接受《证券日报》记者采访时表示:“该项目基于公司数码印罐迷你线一罐一印的技术优势,为客户所需易拉罐定制特定外观,以满足特定的消费场景需求。在国内,我们想把这种个性化定制推广出来,所以先成立了江苏正彦主做数码印罐产品业务。公司的设立,也是斯莱克延续拓展C2M产能思路的重要举措。”

“本项目的资金来源为公司自有资金和银行贷款,分几期,未来也会根据市场拓展情况增加投入,不会对公司财务造成压力。”李保均向《证券日报》记者表示:“目前只是成立了江苏正彦,项目的具体实施还需要土地对接、后期建设对接等,还未能涉及到实质性的进展。”

《证券日报》记者了解到,斯莱克于2019年12月份成功验收了第一条迷你数码印罐自动生产线,生产效率最高可达200罐/分钟,实现最快当天交付,产品性能处于国际领先。2020年年初,公司国内第一条数码印罐迷你线正式投产,并通过子公司“苏州觅罐云科技有限公司”进行C2M个性化、定制化产品的销售工作。目前,公司完成与乔府大院、江南味稻等大米制造企业合作,提供小批量、高品质的数码印罐产品,并开发出小罐茶、小罐坚果等新兴定制

易拉罐产品。

“数码印罐业务是公司技术的一个延伸,让市场更多的人来接受个性化定制,也会带来更多的资源、需求,同时也能促进斯莱克易拉罐生产设备的销售,从而带动公司主营业务增长。”李保均向《证券日报》记者表示,后续公司将利用直播、微信商城、抖音小店、小程序等多种途径推动C2M商业模式的发展。

C2M是指用户直连制造商,消费者直接通过平台下单,制造商接收个性化订单,然后根据需求设计、采购、生产、发货。C2M模式下,制造商可以迅速知道消费者的具体需求,通过市场需求迅速改变供应链,提升生产效率,让用户获得高性价比的产品。

## 电池壳前期布局如期放量

在新能源电池壳业务方面,2019年,公司通过新乡盛达在河南省新乡市启动年产30亿只圆柱形动力电池壳项目,生产新能源圆柱形电池使用的18650和21700钢壳。同年,公司还通过先安汽车持有安徽斯翔51%的股份,生产圆柱形壳专门用于磷酸铁锂电池配套,投资年产3亿只圆柱形动力电池壳项目。

从斯莱克最新发布的2020年半年度报告来看,公司电池壳的前期布局也如期放量。半年报显示,公司新能源电池壳业务上半年取得明显进展,前期积累的产能优势不断转化为实际业务。2019年公司控股子公司新乡盛达实现营业收入1115.54万元,2020年上半年新乡盛达已经实现营业收入2370.81万,是2019全年的两倍多。

首都经贸大学工商管理学院讲师肖旭在接受《证券日报》记者采访时表示:“提高新能源电池的性能与保养,是当前亟待突破的重要方向,这里就涉及到新能源电池壳的工艺与生产。随着新能源汽车的推广与普及,新能源电池壳市场也将出现新的红利。”

“高品质动力电池壳发展前景广阔,完全可以‘打质量、立身牌’。近年来,随着新能源汽车需求量的快速增长,动力电池已经成为投资的风口,在一定程度上新能源汽车产量、保有量与动力电池出货量及装机量形成一定规律的比例关系。因此,在国家政策扶持下,相关上市企业或许会在新一轮融资中,更多地将资金投入研发和规模生产。”某头部资产管理机构研究员、高级经济师王权在接受《证券日报》记者采访时表示。

## 国家医保局大动作不断 医药行业加速“腾笼换鸟”

■本报记者 张敏

在医药行业不断洗牌的背景下,A股医药行业的投资风格也发生了变化,具有创新属性的上市公司得到投资者追捧,而在疫情影响下这种风格更加突出,行业分化愈加明显。

受疫情及行业改革影响,年内医药板块走出了一波独立行情。同花顺数据显示,今年以来截至8月16日,A股医药生物行业290家上市公司的股价呈不同幅度的上涨。其中,50家公司今年以来股价涨幅超100%,恒瑞医药、迈瑞医疗、药明康德、智飞生物等12家公司市值已超千亿元。

与此同时,另有51家医药生物板块上市公司股价出现下跌,其中,\*ST济堂等公司股价下跌幅度超50%。此外,总市值不足30亿元的上市公司数量为37家,23家上市公司在最近一个交易日的收盘价不足5元/股。

中金证券发布的研报认为,下半年开展的仿制药集采谈判、医保目录调整、高值耗材集采等,可能带来板块分化。此外,疫情防控的常态化更考验企业的“硬实力”,也会让分化更加明显。

同花顺数据显示,截至8月16日,医药生物行业总计61家公司发布了2020年半年报,其中,43家公司归属于上市公司股东的净利润实现增长,ST金花等18家公司净利润出现下滑。

医药行业投资风格的变化,与医保基金及医保目录等政策调整有着重要的相关性。今年以来,国家医保局持续推进改革,大动作不断。

近日,国家医保局以“1号令”的形式,发布了《基本医疗保险用药管

理暂行办法》(以下简称《暂行办法》)。明确该《暂行办法》自2020年9月1日起开始实施。

8月3日,国家医保局发布《2020年国家医保药品目录调整工作方案(征求意见稿)》公开征求意见。该征求意见稿最大亮点是,纳入更多的创新药,包括国产创新药、进口创新药。

“从调整的形式上来看,未来医保目录有望实现动态调整,调整时间间隔也将缩短,这样有利于更灵活的调整,优化支付结构。预计会有更多的创新药通过谈判的方式进入医保,让患者可以更快、更优惠地用上创新药,同时也进一步激发企业创新的热情。”西南证券医药首席分析师杜向阳向《证券日报》记者表示。

除上述医保目录调整、药品带量采购之外,实行招采黑名单制度、医药领域反腐也是推动我国医药行业改革的重要方式。

7月24日,国家医保局发布《关于建立医药价格和招采信用评价制度的指导意见(征求意见稿)》,其中,要求药企在药品招标采购过程中需承诺不得商业贿赂,并对代理的贿赂行为承担连带责任等。

北京鼎臣管理咨询有限责任公司创始人史立臣在接受《证券日报》记者采访时表示:“药企药品销售的模式有多种,包括代理销售和自建销售模式。其中代理销售模式存在不可控因素。如果真的实行药品招采‘黑名单’制度,在一定程度上将增加企业的负担。”

森瑞投资董事长林存向《证券日报》记者表示,之前主要依赖仿制药、创新跟不上行业发展的企业,受到的影响会比较大。医保资金会更多地支持创新产品纳入医保,对新药的推广有较大的促进作用。