

潍柴动力细分市场全面发力 重卡动力销量超50万台再创新纪录

■本报记者 王 佳

受疫情的影响,2020年的重卡市场可谓跌宕起伏。《证券日报》记者从11月30日召开的潍柴2021年商务年会上获悉,作为领先的国内重型发动机行业自主品牌,潍柴动力预计全年重卡动力销量将超过50万台,较去年商务会上制定的“挑战45万台”的目标,足足超额5万台完成目标,再次刷新历史纪录。与此同时,去年销量尚不足10万台的潍柴轻型车动力,2020年预计销售26万台,同比增长157%,行业排名从第六跃升至第二,并提出2021年要争行业第一。

有业内人士分析认为,2021年的重卡市场很难再现今年的销量奇迹。但潍柴动力方面表示,由于“国六”切换,2021年仍存在不少的市场机会,潍柴动力越来越全面的产品结构也将支撑公司更多细分市场的开拓。

潍柴重卡动力销量 再创新高

“今年重卡行业再次刷新了历史纪录,预计全年将超过160万辆。”见证了今年重卡市场销售奇迹的潍柴重卡动力销售公司总经理李鹏程对《证券日报》等媒体记者说,特别是从4月份率先走出疫情影响,开启了“超速”领跑的重卡市场,一路狂奔至10月份上演了“七连涨”。

在重卡市场的高歌猛进中,潍柴动力预计全年重卡动力销量超50万台的成绩单,不仅反映了重卡市场的火热,更体现出潍柴重型车动力“强者恒强”的领军者地位。

李鹏程介绍,潍柴重型车动力2020年成绩单将有不少新变化。譬如,原来是公司短板的重卡4缸机为公司今年销量贡献了很大的增量,同时公司中型机WP7和WP8得益于精准的细分市场,于今年开始真正在市场发力。据悉,从今年2月开始,潍柴中型机在混凝土搅拌车市场表现亮眼,月份额持续环比增长。

“10升以上的大排量发动机同样表现稳健,持续领先,公司从2010年开始进行的细分市场定制化优化,在港口牵引车、煤炭牵引车等领域表现良好,在巩固现有优势地位的同时,以差异化竞争优势与竞争对手进一步拉大了差距。”李鹏程说。

《证券日报》记者了解到,在天然气领域,潍柴全年重卡燃气机以超过50%的市场份额继续领跑,销量超过11万台;在“国六”柴油机产品领域,潍柴以4万台的销量稳居榜首。

有市场人士分析指出,重卡市场已经连续4年销量过百万辆,2021年的重卡市场恐难继续今年的销量奇迹。李鹏程在接受记者采访时也认为,明年重卡市场将重新回归理性。

“但2021年仍然存在不少的市场机会,‘国六’切换很有可能会在

明年上半年掀起一轮销量高峰。”李鹏程说,明年潍柴的“国六”布局平台和产品线会越来越全,尤其会针对6升机排量和载货车、专用车配套动力进行布局。

“车辆标准化运营、严格治超超限也会形成增量市场,对于产品线丰富、马力段完整的潍柴而言,也可支撑更多细分市场的开拓。”李鹏程说,实施国六标准排放之后,天然气重卡的优势将会进一步凸显。明年潍柴天然气重卡机型的布局会是10.5升、13升、15升三个平台的组合。

轻型车动力销量 2021年力争第一

“我们计划再用一年,到2021年,我们将挑战行业第一。”潍柴轻型车动力销售公司总经理李雪峰对《证券日报》记者表示。

李雪峰介绍,2020年,潍柴轻型车动力一直处于供不应求的状态,如果不是产能受限,销量还将继续攀升。

之所以能够实现销量爆发,很大程度上归功于公司推出不到2年的N平台。数据显示,公司N平台今年全面发力,其中WP2.3N同比增长171%、WP3N同比增长1199%、WP4.1N同比增长153%、WP4.6N同比增长166%。李雪峰表示,公司N平台产品无论是动力、油耗还是可靠性,都有着比同类产品更好的性能指标。



“轻型车动力市场‘蛋糕’很大,想一口全部吃下去不现实,通过准确定位并且精准识别细分市场需求,成为潍柴能够定突破的重要原因。”李雪峰说。

在“国六”轻型车动力产品上,潍柴提前布局全系列产品,并针对不同细分市场运行工况,做好“国六”产品验证工作,预计该工作将在今年年底全部完成。

“预计2021年城配物流、快递、冷链、绿通、家居等运输业务需求将

持续增加,‘国六’排放升级和治超导致单车运力下降,淘汰‘国三’柴油车等政策,将让中轻卡市场出现小幅增长,2021年预计行业需求量为134万辆。我们的目标就是行业第一。”李雪峰说,由于身在商用车行业“航母级”的企业集团中,又因为为全领域、全系列产品优势,动力总成整体解决方案优势、及时高效的备件和服务保障优势、集团内先行先试的整车整机带动优势,公司认为潍柴轻型车动力“争取份额第一”的目标并不遥远。

建投能源开启“买买买”模式 斥资1.02亿元再购集团优质资产

■本报记者 赵学毅 见习记者 张晓玉

12月1日,建投能源发布公告,公司将通过协议转让方式以现金购买控股股东建投集团持有的国融公司51%股权,股权转让价格为10178.15万元。

高禾投资管理合伙人刘盛宇在接受《证券日报》记者采访时表示:“建投集团作为国企,现阶段不断给上市公司注入集团资产,这是在今年整个资本市场政策环境比较友好的情况下,做出的一个选择。此举有利于做大做强上市公司,不断提高上市公司质量,同时也符合监管的要求。”

刘盛宇称,此次收购为同一实际控制人旗下的资产注入,均属于国资体系,而且是现金并购,估值不会特别高,应该让利给中小股东了。

装入集团优质资产 做强做优主营业务

接受《证券日报》记者采访的中钢经济研究院高级研究员胡麒收表示:“建投能源多次收购母公司资产,实际上是建投集团不断将优质资产装入上市公司,通过资本市场做强做优主营业务,实现高质量发展。”

公开资料显示,建投集团持有建投能源65.63%的股份,为公司控股股东。此次收购为建投能源今年第二次购买建投集团旗下子公司股权。10月28日,建投能源公告披露,公司拟通过协议转让方式以现

金购买控股股东建投集团持有的秦皇岛秦热发电有限责任公司40%股权,股权转让价格为31485.18万元。“从统计数据上看,今年以来国资引进社会资本规模呈不断上升态势,这体现了国资监管理念由管资产向管资本的转变。”胡麒收说。

建投集团是河北省政府聚合、融通、引导社会资本和金融资本,支持河北省经济发展的投融资平台、基础设施建设平台和金融服务业平台,由河北省国有资产监督管理委员会履行监管职责的国有资本运营机构和投资主体。

建投集团控股建投能源和新能源绿色能源两家上市公司,参股华能国际、大唐发电等多家上市公司,是河北省国有资本投资公司改革试点单位。多年来,建投集团相继投资建设了电厂、铁路、港口、高速公路、天然气管线、水厂和一批省重大支撑性项目,逐步形成了以能源、交通、水务、城镇化等基础设施及战略性新兴产业为主的业务板块。此外,集团投资领域还涉及金融服务、矿产开发等多个行业。

截至2019年末,建投集团总资产1911.87亿元,净资产892.86亿元;2019年实现主营业务收入346.11亿元,净利润38.32亿元。

刘盛宇表示,此次收购资产对上市公司的影响肯定是偏利好的,因为上市公司的基本面越来越扎实了,属于上市公司范畴内的子公司资产越来越清晰。从建投能源今年三季报来看,公司净利润今年增长了77.85%。

“作为国资,建投集团资产非常丰富,按照建投集团现在的举措推,只要把集团体系内的资产产权、业务体系等梳理清楚,或会继续注入上市公司。”刘盛宇说。

强化业务协同性 减少关联交易

公告显示,建投能源此次收购的标的为国融公司,其主营业务为综合能源服务,包括天然气冷热电三联供、多能互补等形式的综合能源供应项目投资、建设及运营,以及电厂技术监督和技术服务业务、碳资产管理业务、电商平台网上招标采购业务等增值业务。

目前国融公司拥有2家全资子公司,分别为河北冀研能源科学技术研究院有限公司(以下简称冀能科院)和河北建投融碳资产管理服务有限公司(以下简称融碳公司);拥有1家分公司,即河北建投国融能源服务有限公司电子商务分公司。

公告显示,国融公司合同能源管理业务的主要客户为建投能源下属发电企业,主要实施了发电厂循环泵电动机变频改造、烟气余热利用、通流改造、循环水余热利用等项目。子公司融碳公司的主营业务,目前主要为建投集团系统控排及减排企业提供碳资产管理服务。电商分公司的主营业务,负责建设运营“建投商务网”,具备工程招标代理机构资质,主要为建投集团系统企业提供阳光采购服务。电厂技术监督与服务业务为子公司冀能科院的

主营业务。

从国融公司2017-2019年以及2020年前三季度的主要财务数据来看,公司分别实现营业收入9008.05万元、1.19亿元、1.01亿元、8548.21万元;分别实现净利润313.96万元、2432.72万元、2391.21万元、1367.66万元。

建投能源表示,此次收购旨在增强科技创新能力,加快科技成果转化。国融公司的主要业务与公司电力主业有较强的协同性,收购国融公司后,公司业务结构将进一步优化,公司可将国融公司作为科技创新平台,不断加大创新力度,加快科研成果的转化与应用,进一步提高公司的核心竞争力。

“此次收购后,将进一步减少关联交易。公司下属发电企业是国融公司的主要客户,本次交易完成后,可进一步减少公司与控股股东建投集团的关联交易,提高公司独立性。”建投能源表示。公告显示,年初至披露日,建投能源与建投集团及其关联方发生的各类关联交易的总金额为22.14亿元。

中国银行(香港)金融研究院经济学家丁孟在接受《证券日报》记者采访时谈到:“此次收购主要是以做强上市公司为目的,有利于公司未来发展。此外,建投能源在收购控股集团资产方面也要注意交易的公允价值。”

多次收购 开启“买买买”模式

今年以来,建投能源开启“买买

买”模式。

据《证券日报》记者梳理,在收购控股股东建投集团旗下资产之前,建投能源今年还相继收购阳煤集团寿阳博奇发电有限责任公司51%股权以及阳泉煤业集团西庄上庄低热值煤热电有限公司50%股权。

对于公司的多次收购,建投能源董秘孙原在接受《证券日报》记者采访时说:“收购主要是聚焦主业,围绕延伸公司产业链上下游战略。与山西煤企合作,主要是为了向产业链上游扩张,同时将业务向省外扩展。另外,收购的项目公司未来的优势可能会更明显一些,比如在煤炭的采集成本方面,建成后将对电网向河北送电,可有效缓解河北省用电高峰期的电力供应紧张局势。”

“秦皇岛热电厂项目,本身就是建投能源的主业。此次收购国融公司是因为业务上的协同性,收购以后可以减少关联交易,今后建投集团还会继续支持上市公司做大做强。”孙原说。

对于建投能源的多次收购,胡麒收表示,建投能源通过收购主业优质资产,获得了市场、技术等资源,提高了主业竞争力,有利于做优上市公司资产质量,进一步提振投资者信心,国有资本也实现了保值增值。在这个过程中要以高质量发展为第一要务,不去单纯追求资产规模扩张,所购资产一定与母公司能形成优势互补,增强建投能源核心竞争力。

陕西加码连锁便利店发展 供销大集推出 友邻便利店项目计划

■本报记者 殷高峰

一家小小的便利店可以提供哪些服务?除了供应日常生活所需,买药买菜、便民缴费、快递收发、打印复印、美容美发、照相和维修等等,在不久的将来或许都能一一实现。

近日,陕西省商务厅、省委宣传部、省发改委等19个部门联合下发《关于促进品牌连锁便利店发展的若干措施》的通知(以下简称《措施》),优化便利店的发展环境,方便居民的生活。

“陕西省出台《措施》推动品牌连锁便利店快速发展,给百姓和市场都带来了诸多好处,”西安工程大学管理学院副教授王铁山在接受《证券日报》记者采访时表示,此举在提升生活便利、促进消费扩容提质以及推动企业高质量发展等方面都有积极影响。

“为响应《措施》,紧抓政策机遇,公司已经推出宝商家美佳友邻便利店项目。”供销大集宝商变革提升工作组组长李忠义接受《证券日报》记者采访时表示。

补齐便民消费短板

《措施》明确,各地要将智能化、品牌化连锁便利店纳入城市公共服务基础设施建设体系,优先布局社区菜店、菜市场等居民生活必备的商业网点建设;在新建和老旧小区、偏远社区,商业资源欠发达地区及城乡结合部等商业网点较少的居民点,开设或改造提升直营品牌连锁便利店,补齐便民消费短板。

同时,鼓励各地有效利用国有企业事业单位旧厂房、仓库等闲置资源,街区疏散腾退的空间资源,设置品牌连锁便利店等便民商业设施。在时间上,推动品牌连锁便利店延长营业时间,鼓励在居民聚集区和人口流动较大的区域品牌连锁便利店开设24小时营业便利店与夜间经济结合,增加夜间商品种类,优化服务供给,提高居民夜间消费活跃度。

“《措施》方便了当地居民生活,提升了生活质量,增加了幸福感,满足了人民群众美好生活需要的,也更好发挥政府在扩大内需、维护市场中的作用。”王铁山表示,此举有利于落实国家全面推进城镇老旧小区改造工作,有效利用旧厂房、仓库、街区疏散腾退场所等闲置资源,转换成便民商业设施,不断提升资源配置效率。

“便利店+N”

便利店的店面普遍不大,如何体现便民性?《措施》指出,支持品牌连锁便利店企业按照“便利店+N”增值模式,搭载蔬菜等鲜活农产品零售、便民缴费、快递收发、书报经营、打印复印、美容美发、洗澡、照相和维修等服务功能,设置就餐、休闲区域(室内或外摆),丰富便民服务功能,提高商品附加值和门店运营效益。对具备条件的连锁便利店企业从事书报刊发行实行“总部审批、单店备案”制。

鼓励品牌连锁便利店设置便民药柜或自助售药机;支持便利店按有关标准申请零售经营乙类非处方药。积极参与简化烟草经营审批手续试点。鼓励企业加强与知名文娱品牌合作,建设文化主题便利店,发展集文化服务和便民服务等功能于一体的“书店+便利店”模式。

《措施》还提出,鼓励连锁便利店企业通过股权并购、强强联合等方式,推动国有便利店企业与民营企业进行混合所有制改革,扩大连锁经营规模,提高行业集约化水平,提升经营质量和抗风险能力;鼓励有条件的品牌连锁企业建立城乡全程配送系统,推进城乡高效配送专项行动和城市绿色货运配送示范工作,完善便利店配送网络体系,提高配送效率。

王铁山表示:“这些举措不但有利于促进消费扩容提质,还可以推动企业高质量发展。可通过鼓励连锁便利店的股权并购,树立典型样板,推动在相关行业的混合所有制改革,提高社会资本投资积极性,多种方式吸收利用社会资本,提高行业集约化水平,提升经营质量和抗风险能力。”

开放家美佳品牌加盟权限

《证券日报》记者了解到,供销大集旗下宝鸡商场有限公司“家美佳”超市(以下简称“家美佳”),是拥有64年发展历史的宝鸡著名商超企业。该企业已经推出了相关的便利店发展计划。

“为响应《措施》号召,推动商超行业发展,进一步提升城市消费,更好满足居民便利消费、品质消费,宝鸡商场秉承海航集团‘大众参与、大众分享’理念,推出宝商家美佳友邻便利店项目,向社会开放家美佳品牌加盟权限。”李忠义对《证券日报》记者表示。

李忠义表示,家美佳便利店项目是宝鸡商场继“宝商到家”电商业务后,深入商超细分行业的又一次尝试,将进一步扩大宝商家美佳超市连锁经营规模,提高行业集约化水平并形成品牌聚集效应,“这也是宝鸡商场进一步巩固市场领先地位,创新商业模式,与投资人共享发展成果的重大发展战略。”

据了解,友邻便利店项目计划以三年为一个合作周期,依托宝鸡商场转型变革红利、品牌价值、供应链优势与庞大的会员体系,向加盟商提供企业品牌授权、特许加盟等方式开展合作,并结合宝鸡商场六十余年商超运营经验对加盟商在开店、营销、采购等方面提供专业支持。

“为充分发挥宝鸡商场作为宝鸡市商业龙头企业的示范引领作用,履行宝鸡商场反哺社会的责任义务,响应海航集团关爱员工号召,友邻便利店项目加盟费不仅低于同业企业33%以上,还将从供应商和内部员工两个方面,给予优于市场同业的优惠政策。针对12月31日前签订合作计划的加盟者,将免除2年品牌加盟费。”李忠义向《证券日报》记者透露。

航天信息董事长马天晖: 以对客户的价值创造实现自身价值

■本报记者 李乔宇

疫情推动了社会生产、消费模式的转变,加速了企业数字化的进程。面对新的变化,航天信息结合广大企业遇到的难点、痛点,整合企业从合同签署、财税业务到远程办公、档案管理等全流程的需求,快速推出了30余种智能产品和“云产品”,包括代账、记账、财税咨询、税收筹划、线上直播等,为企业打造全程电子化的“管家式”服务。

在航天信息党委书记、董事长马天晖看来,这是航天信息攻坚克难、圆满完成的又一次“大考”。

20年缴税122亿元

马天晖告诉《证券日报》记者,疫情期间航天信息持续面向企业用

户提供高质量服务。据统计,疫情期间,办税大厅70%以上的纳税人选择使用航天信息建设的智能微厅等智能自助终端进行税务业务办理。此外,航天信息在疫情期持续推出电子合同、视频会议、线上财税业务培训等在线办公解决方案,活跃用户数比往年同期增长了150%。

这并非航天信息首次应对“大考”。2019年4月1日,在《政府工作报告》中提出2019年深化增值税改革的工作安排和工作要求的26天后,航天信息火速为700多万户一般纳税人完成系统更新升级,助力国家减税降费的好政策第一时间落实到企业。

2018年10月23日,港珠澳大桥正式开通,航天信息历时4年的研发成果——旅客自助通关设备通过了

实战检验。4年间,航天信息自助通关项目团队申请专利24项,在深圳、珠海、厦门、琼春、顺德等地布局500余条自助通道和300多台边检自助设备。

马天晖告诉记者,“航天信息始终坚持服务国家战略、服务国计民生。”自正式成立至今的20年里,航天信息累计实现利润总额276亿元、上缴国家税款122亿元,累计向股东分红59亿元。

迎接“云产业”爆发元年

日前,航天信息正式宣布,爱信诺企业服务平台全新上线,将探索平台经济下的商业模式。据介绍,爱信诺企业服务平台将聚焦企业互联网服务,以票、财、税服务为特色,致力于提供企业经营全链条、企业发展全

生命周期的综合服务和开放生态。

爱信诺企业服务平台的发布,也折射出航天信息商业模式的转变。过去,航天信息采取“产品+服务”模式,而今逐步升级到“平台+产品+服务”模式。在融入了“平台”的商业模式中,航天信息依托平台连接核心价值的提供方和客户,满足客户需求、提升客户体验、降低交易成本;依托产品和服务,以对客户价值创造实现对自身的价值创造。

“我们希望能够以财税业务为核心为企业提供一站式服务,以实际需求为导向,为企业提供财税应用、供应链融通、企业风控、法律法规等多项应用及服务。”谈及新产品,马天晖告诉《证券日报》记者,“我们期望,爱信诺企业服务平台能成为一个连接器,连接生态伙伴、连接供应链上下游、连接千万企业。”