

“缺芯潮”席卷全球汽车行业 国产半导体产业迎发展期

■本报记者 龚梦泽 施 露 向炎涛

近日,有相关报告显示,目前“缺芯”问题仍在持续影响汽车行业。报告预计,2021年半导体短缺将使全球汽车制造商产量减少390万辆,行业收入损失高达1100亿美元。

风险的背后也有机遇,一场从产业链上游的半导体公司到下游产业端的整车企业普遍面临的“缺芯潮”,也带动了资本端的芯片投资热。据天眼查数据,近5年来,国内与芯片研发制造相关的企业注册量逐年上升,年增速保持在20%以上。其中,2020年的注册量同比增速高达61%,为5年内最高,新增企业近2.2万家。

在全球“缺芯潮”中,以汽车、MCU(微控制单元)领域的芯片最为紧缺。“芯芯金通(北京)投资基金管理有限公司创始合伙人吴全在接受《证券日报》记者采访时表示,主要是因为汽车行业正处于油电转换升级换代期,汽车智能化、电动化和网联化程度不断加快,对新能源汽车的需求也不断加大,致使拥有转换升级功能的MCU芯片需求量也成倍增加。

弗若斯特沙利文咨询总监陈晨对《证券日报》记者表示,相较于消费级芯片,车规级芯片对安全性和可靠性的要求更高,芯片开发及认证周期也更长,导致汽车芯片的需求更难得到满足。

芯片短缺制约汽车产量 高价合资车型影响较大

7月2日,豪华汽车品牌宝马发出警告称,目前没有迹象显示芯片供应有所缓解,下半年供应仍将紧张。迄今为止,宝马因“缺芯”导致今年的产量已减少约3万辆。

7月初,购车者章先生对《证券日

报》记者表示,在购买上汽通用旗下产品雪佛莱探界者时,4S店人员告知,由于目前上汽通用芯片紧缺,该车型芯片优先供给凯迪拉克车型。雪佛兰系列已无额外优惠,现车非常紧缺。

受制于芯片紧缺导致现车紧缺和交付延迟的并非上汽通用雪佛兰一家。近日,北京一家畅销的自主品牌新能源车企工作人员对记者表示:“在芯片短缺的背景下,厂家会优先将芯片供给中高端车型。低溢价车型想提车,至少需要一个半月时间。”

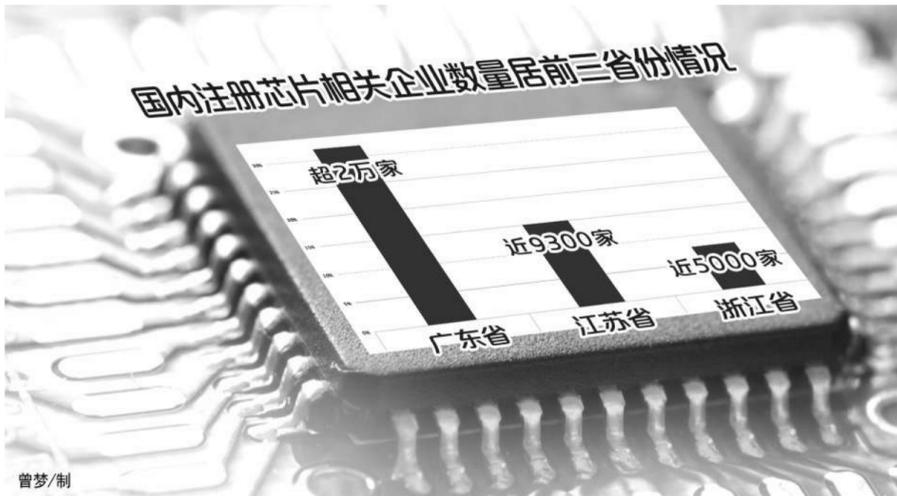
对此,中国汽车流通协会表示,今年四季度新增的购车需求要到2022年才会释放,将对全年销量产生影响。芯片短缺问题暂时难以改善,合资品牌与豪华品牌的热销车型受芯片短缺的影响相对较大,生产节奏将有所减缓。

目前来看,销售端的热门车型几乎都需要排队提车,交付周期则短则3周至4周,长的甚至超过3个月。由此可见,芯片短缺已对汽车产销环节造成影响。20万元以上的合资品牌车型使用芯片较多,受芯片短缺的影响也相对更大。

去年我国新增 2.2万家芯片相关企业

对于芯片短缺问题,汽车产业链上游的半导体厂商似乎更有发言权。

“以前我们芯片部门的领导都是亲自到处去‘跑单’,但从去年下半年开始,已经变成客户主动找过来,要求我们‘你有多少颗芯片,都给我排上’。”一家国内车规级芯片供应商对《证券日报》记者表示,过去很多车厂采用高通的芯片,不愿调整。但现在,只要是性能不错的芯片就会采用,因为芯片太紧缺了,能抢到就已经不错了。



作为国内车规级芯片产业的主要代表企业之一,杰发科技相关负责人表示,公司正在加速推进新产品的研发及量产进度,第二代MCU芯片已实现大批量出货。

“面对产能紧缺,公司会提前很长时间与晶圆厂协调后续芯片产能。”另一家芯片设计公司负责人也向记者透露,“在芯片短缺背景下,公司今年年初就已在协调明年的产能了。大家都知道,要多预备几家代工厂,因为供应问题至少会影响到明年。”

有需求自然就有市场。芯片短缺在给汽车产业带来麻烦的同时,也让资本方看到了更多的投资机会,资本对芯片的投资热情也在急剧升温。天眼查数据显示,近年来,我国芯片相关企业2020年新增近2.2万家。其中,广东省拥有最多的芯片相关企业,超过2万家,占总量的32%。

其次是江苏省,有近9300家相关企业,占比15%。另外,浙江省也有近5000家芯片相关企业,占比8%。

在北京宝湖投资管理有限公司总经理丁小平看来,芯片投资火爆有多方面原因。首先是政策上对半导体产业的扶持;其次是目前芯片存在较大国产替代空间;第三是我国芯片具有巨大市场需求空间。

社会资本看好的芯片项目,在投资时需要“靠抢”。丁小平对记者透露,一些投资人看到合适项目后,甚至都不用尽调,就直接签署投资意向书了。

供需缺口短期难平 国产半导体迎发展契机

吴全认为,本轮芯片短缺可能会导致全球半导体行业重新划分阵营。“国内的28nm产线在2021年很可

能实现100%国产化,从而改变全球半导体行业格局。”

近年来,中国芯片产业在提升自给率、规格升级与创新应用等要素驱动下,保持高速增长态势。陈晨认为,此前我国芯片大量依赖进口,国产渗透率较低。在目前全球芯片短缺的环境下,国内半导体厂商会有更多发展机会,汽车芯片国产化进程将会加速。

陈晨预计,“缺芯潮”会在今年下半年开始好转,但在未来1年至2年内仍将处于短缺状态。“车规级MCU的工艺要求更高,客户认证标准更高,供货周期也更长,恢复期预计在2年左右;驱动芯片所需恢复时间比MCU短,大概在1年左右。”

方正证券分析师陈航也认为,芯片供需缺口短期没法填平。半导体制造产能的开发需要花很长时间,从立项到产能实现至少要花一年时间。

美尔雅重组失败 向医疗大健康转型受挫

■本报记者 李万晨

7月9日,美尔雅发布公告称,公司拟以15亿元为对价发行股份及支付现金方式收购甘肃众友50.18%股份的重大资产重组事项,经董事会审议决定终止。

这项被解读为“美尔雅从传统服装业向医药领域转型”的收购,在历时一年后宣告失败。

连续8年扣非净利润为负

美尔雅曾是湖北省黄石市的市属国企,后来通过债转股,建行湖北分行成为其控股股东美尔雅集团的实际控制人。2016年4月份,建行湖北分行宣布挂牌出让美尔雅集团股权,由刚刚成立的中纺丝路(天津)纺织服装科技有限公司以5.65亿元的转让价格接盘。这次股权转让完成后,中纺丝路的实控人、中植企业集团创始人解直锟成为美尔雅的实际控制人。

2017年7月27日,美尔雅发布公告称,中纺丝路天津公司与自然人宋艾迪签署《股权转让协议》,欲将其持有的美尔雅集团100%股权转让给宋

艾迪,公司实际控制人将由解直锟变更为宋艾迪。但是,由于宋艾迪无法履行《股权转让协议》中约定的“确保美尔雅集团每年完成不低于2亿元纳税”的承诺,最终经双方协商终止了此次股权转让事项。

曾经的知名品牌已辉煌不再。2013年,美尔雅营业收入达6.59亿元,实现净利润1167.12万元,扣非净利润亏损1844.51万元。《证券日报》记者对公司近十年年报梳理后发现,从2013年开始,到2020年为止,美尔雅已连续8年扣非净利润为负,基本依靠非流动资产处置等非经常性损益才维持公司净利润为正。

最近3年,公司对资产的处置尤为频繁。2018年,公司转让控股子公司沛水美尔雅80%的股权,转让价款仅为1元。同时,交易对方代沛水美尔雅清偿所欠美尔雅往来债权款1383.36万元。美尔雅预计,处置方案实施后,将对美尔雅2018年度合并报表利润影响约为870万元。2019年上半年,公司出售全资子公司湖北美尔雅房地产,确认投资收益4810万元,占当期净利润的110%,净利润实现扭亏为盈。2020年,公司以2.38亿元的价格转让控股子公司黄石磁湖山庄

酒店99%股权,增加利润约1.05亿元。

研究机构透视镜公司创始人况玉清在接受《证券日报》记者采访时表示:“国内老牌服装企业大多遇到增长瓶颈,主要问题在于企业经营和品牌建设运营出现问题,大多数服装品牌在吃老本,没有抓住新的消费潮流,完美错过了这轮消费升级。”美尔雅的问题在于主业盈利能力较差,资产规模较小,缺乏大的腾挪空间。”

向医疗大健康转型受挫

中纺丝路在入主美尔雅后曾表示,为了增强上市公司持续发展能力和盈利能力,可能会尝试对其资产、业务进行调整。但从实际运营状况来看,中植系的人主对美尔雅的经营影响不大,多年来业绩未有起色,几乎年年处在“保壳”状态。

直到去年,美尔雅试图转型医疗大健康产业的消息,又给市场注入了一剂“强心针”。2020年12月2日,美尔雅以2.3亿元收购众友股份旗下的青海众友100%股权。资料显示,青海众友是一家药品零售企业,拥有48家连锁直营店,预计每年可为美尔雅增加近2亿元营业收入,承诺2020年至

2022年每年贡献利润额分别为1500万元、1650万元、1800万元。

在之前的2020年7月10日,美尔雅公告称,拟以发行股份及支付现金的方式购买交易方拥有的甘肃众友股份3.11亿股,交易金额约15亿元。收购完成后,被收购方将成为美尔雅的控股子公司。甘肃众友股份承诺,在2020年度至2024年度实现的合并报表范围扣除非经常性收益后归属于母公司所有者的净利润分别不低于1.5亿元、2亿元、2.5亿元、3亿元、4亿元。

资料显示,甘肃众友股份是一家大型药品连锁企业,拥有3000多家连锁药店,2019年的营收额和资产规模均是美尔雅的数倍。因此,该项收购被成为“蛇吞象”交易,若重组成功,美尔雅经营业绩有望大为改善。

然而,意外出现了,此次重组竟戛然而止。2021年7月9日,美尔雅发布公告称,董事会召开会议,审议通过《关于终止重大资产重组的议案》。

对于终止重组的原因,公司称,本次重大资产重组标的公司涉及的子公司和门店众多,分布于全国多个地区,尽职调查过程及交易方案细节磋商较为复杂等原因,公司未能在原计划时间内完成标的公司的尽职调

查工作。此外,随着尽职调查工作的逐步推进,发现标的公司众多子公司盈利能力、规范程度有所不同,导致拟收购标的公司的资产范围、交易作价、业绩承诺等商务条款需要重新洽谈沟通。但截至目前,虽经各方多轮努力、积极磋商,以上事项仍未形成一致意见。

在上周五公告发布当日,美尔雅股价收跌6.03元/股,微涨0.50%,总市值为21.71亿元。但在公告发布前的上周一,该股股价却报收跌停。

本次收购的终止,将对美尔雅主业由服装行业向医疗行业转型产生什么样的影响?就此,《证券日报》记者在7月9日致电上市公司董秘办公室,但公司工作人员表示董秘不在。7月10日上午,记者再次致电董秘办公室,却无人接听。

艾文智略首席投资官曹敏在接受《证券日报》记者采访时表示,美尔雅在中植系入主后,一直在伺机转型,之前有过金融期货概念,当这个概念“降温”后,公司又开始寻找新的转型方向,去年决定转型医疗健康领域。但公司目前实力较弱,无论是现金储备、资产规模还是公司市值都较小,制约了公司的转型。

上海迪士尼5年票价三连涨 北美地区经营却举步维艰

■本报记者 谢若琳

上海迪士尼乐园的票价又要涨了。

日前,上海迪士尼度假区官网刊发了票务调整方案,在现行四级票价结构下调整门票价格,其中最低票价由399元上调至435元,最高票价由699元上调至769元;方案将于2022年1月9日起实行。这已是2016年上海迪士尼开园运营以来的第3次涨价,开园之初该游乐园执行的是二级票价结构,即平日370元、高峰日499元。

一位传媒行业券商分析师对《证券日报》记者表示,2020财年迪士尼的日子并不好过,净亏损28.64亿美元。2021上半年财年,尽管公司实现扭亏,但营收仍然同比下降18%,尤其是来自持续经营的净收入同比下降64%。

该分析师介绍称,在四大业务板块中,线下乐园萎靡不振,全球疫情给迪士尼线下业务造成重创。尽管公司采取了多项措施,包括大批裁员、发展线上流媒体等,但仍需更

多时间调整线下业务结构。

最高票价5年涨幅超五成 暑期单人消费600元起步

上海迪士尼现行的四级票价包括399元、499元、599元、699元,分别对应“常规日”(涵盖大部分平日和部分周末)、“特别常规日”(涵盖部分周末和部分平日)、“高峰日”(涵盖夏季大部分日期、部分中国法定节假日放假和调休期间及其前后部分日期、国际性节日庆祝期间、乐园特别活动日以及其他客流高峰日)、“特别高峰日”(涵盖部分中国法定节假日放假和调休期间、乐园特别活动日以及夏季部分日期)。

尽管此前上海迪士尼已完成两轮调价,但门票最低价几乎没有太大涨幅,仅从最初的370元上调至目前的399元,在一定程度上保障了低消费群体的体验门槛。

本次调价变化最大的也是最低票价部分,在调整后,“常规日”“特别常规日”“高峰日”“特别高峰日”的门票价格分别上调至435元、545元、659

元、769元,与开园时的售价相比,最低票价和最高票价累计涨幅分别为18%和54%。

金融科技研究中心主任孙杨在接受《证券日报》记者采访时表示,上海迪士尼连年涨价,与其保持的“三三制”经营原则有密切联系。根据这一原则,全球迪士尼乐园每年淘汰1/3的硬件设备,建设1/3的新概念项目。“如果(上海迪士尼)没有进行大规模的设备更新,提升票价或有限制客流考虑。”

据悉,上海迪士尼乐园正在打造全新主题园区——第八大主题园区“疯狂动物城”。

“高峰期票价昂贵,但游玩体验却不愉快。”在北京从事媒体行业工作的王女士于7月6日开启了一家三口的上海迪士尼之旅。她告诉记者,自己买的是599元/张的“高峰日票”,同时叠加“早享卡”和“快速卡”,每个项目排队时间都要等20分钟之久,三个人在迪士尼玩一天,花费近3000元。“无论票价是否上涨,如果不是孩子执意想去,我肯定不会再选择在暑期去迪士尼了。”

一家上海地区旅行社的导游告诉

记者,不算住宿、购物等费用,暑期一个人在迪士尼玩一天,正常消费大约要600元起步。

线下业务冰火两重天 亚洲乐园业务相继涨价

当下,迪士尼线下业务正在上演一场冰与火之歌。一方面,亚洲地区迪士尼乐园票价连涨,却挡不住游客的热情。5年来,以迪士尼乐园为核心的上海国际旅游度假区已累计接待游客超8300万人次,实现旅游收入超400亿元。

上海迪士尼乐园的人气究竟有多旺?在刚刚结束的上海迪士尼五周年庆典上,从官方给出的一组数据可窥得一二。开园5年来,上海迪士尼共已售出577万个毛绒玩具,超250万枚徽章,1000万份乐园米饭、440万只汉堡、250万份儿童套餐,以及500万支米奇或米妮经典冰淇淋和200万支玉米热狗。如果将度假区在过去5年内回收利用的塑料瓶堆叠起来,其高度相当于27000座奇闻童话城堡的高度。

2021年初,东京迪士尼乐园门票

也进行了调整,成人单日门票从8200日元上调至8700日元(约合人民币512元),中学生门票价格从6900日元涨至7300日元(约合人民币429元),幼儿和小学生的门票价格从4900日元涨至5200日元(约合人民币306元)。

与此同时,北美地区的迪士尼乐园经营却举步维艰。2021财年第二财季,迪士尼在美国的乐园收入为17.35亿美元,同比下降58%;美国以外的乐园收入为2.62亿美元,同比下降45%;消费者产品收入11.76亿美元,同比下降13%。迪士尼在财报中表示,由于停业和运营能力下降,第二财季迪士尼乐园体验和业务板块受到的影响约为12亿美元。

迪士尼发言人还预计,将有大批海外门店关门,并在评估大幅削减欧洲门店的可能性,但中国和日本的商店不会受影响。最早的迪士尼商店在1987年开业,鼎盛时期迪士尼在全球曾拥有1000多家门店。

关于此次涨价原因,《证券日报》记者于7月12日曾联系迪士尼乐园相关部门。但截至发稿时,对方尚未回应。对此,本报记者将予以持续关注。

夏粮收获季农机产销不旺 “高端+特色”成突围方向

■本报记者 肖伟

夏粮收获季节到来,正是农机大显身手的好时机。然而,在夏粮高产、国家补贴的有利形势下,国产农机反而出现产销不旺的局面,多种农机的产销量明显下滑。

山东大学控制科学与工程学院教授、博士生导师蒋奇认为,去年购机、换机热潮消退,中低端农机市场趋于饱和,原材料价格上涨,是国产农机产销不旺的三大主要原因。要突破当前困局,农机企业不能坐等国家补贴扶持政策,应积极向高端化、特色化方向发展,实现国产农机多路出击,积极“突围”。

农机产销不旺症结何在?

7月份以来,北方多地传来夏粮丰收的消息。据《经济日报》报道,中央出台一系列含金量高的扶持政策,有力调动农民种植积极性,夏收小麦面积已扭转连续四年下滑的势头,增加了300多万亩,达到3.35亿亩。同时,夏粮单产又创新高,预计每亩有望提高3公斤。7月中旬,南方早稻将进入开镰期,正是国产农机大显身手之时。

但据中国农机工业协会6月末发布的最新统计显示,依据协会骨干企业报送的数据,在农机销量方面,今年5月份,中型拖拉机销量同比下降3.7%,小型拖拉机销量同比下降5.3%,自走轮式收获机、换机热销量同比下降8%,手扶插秧机销量同比下降47.4%,高速乘坐式插秧机销量同比下降7.1%,方捆压捆机销量同比下降5%;仅有大型拖拉机销量同比增长16.1%。在农机产量方面,中型拖拉机产量同比下降4%,小型拖拉机产量同比下降24.3%,自走轮式收获机产量同比下降45%,手扶插秧机产量同比下降63.5%,高速乘坐式插秧机产量同比下降12.7%;仅有方捆压捆机产量同比增长0.6%,大型拖拉机产量同比增长28%。

夏粮高产,为何出现农机销量不旺的局面?蒋奇分析认为:“我国是农机生产和消费大国,产能过剩问题是农机产业长期存在的主要矛盾。同时,还存在高端农机和特种农机不足的情况。2020年,我国全年进口农机价值16.51亿美元;今年1至5月,我国进口农机价值2.6亿美元。”

蒋奇补充称:“2020年,国家下大力气进行农机补贴,提升了农户购机、换机热情。当前,这一换机热潮已经退潮,导致农业旺季出现国产农机产销不旺的尴尬局面。”

湖南农业大学农机系副教授向阳赞同上述观点:“农机是价格敏感型产品,规模越小的农户经济承受能力越弱,对农机价格越敏感,特别是中小型农机销量下滑更为明显。我们在走访时还发现,中小型农机存在质量参差不齐、配件以次充好、服务脱节缺失、操作费时费力等现象,都是困扰国产农机综合质量提升、产销上台阶的‘卡脖子’问题。”

国产农机需突出重围

对于国产农机存在的“卡脖子”问题,国家早有关注。7月6日至7日,农业农村部农业机械化管理总站在京召开全国农机科技鉴定和技术推广工作会上强调,引导农机科研制造补短板、提质量,推动农机化技术绿色、高效、智能、安全发展,为农业机械化全程全面和高质量发展提供有力支撑,为全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化贡献力量。

中联重科作为大型农机企业之一,积极响应政策号召,已推出大马力拖拉机、高端农具、水稻有序抛秧机、人工智能农机等高性能农机产品。中联重科还积极探索智慧农业生产模式,把农机工业物联网、人工智能大数据、智慧农业三个平台融合,推动智慧农艺、智能农机数据的高效互联互通。

中联重科董事长詹纯新介绍:“我们在安徽芜湖的智慧农业基地,从种到收全程都是机械化操作、数字化种植。去年已在安徽芜湖等地布局超3000亩全数字化管理的农田,今年将扩大至4万亩,未来目标是做到2000万亩。去年,公司农业机械收入占全部营业收入的7%,今年农机销售比重还将有所提升。”

作为中国拖拉机行业的一“哥”,一拖股份也在农机技术的绿色化、智能化领域不断探索。2020年,由一拖股份控股子公司拖研所公司参股的洛阳智能农业装备研究院有限公司完成了中国首台5G+氢燃料无人驾驶拖拉机的研制,该农机可在无人化模式下能够按照规划的路径进行犁耕、旋耕、播种等作业。6月末,“中国一拖5G+AI工业视觉质检应用”项目一期完成且稳定运行,该项目实现发动机质量自动分析和告警,助力一拖产品检测效率提升70%,改变了此前“检查全靠眼、判断全靠脑”的落后面貌。

中国农机工业协会秘书长宁学贵表示:“中小型农机企业并非完全没有突围机会,品质过硬、产品独特、专业专攻、服务到位的中小型农机企业同样可以活出精彩。今年前5个月,中小农机大量出口到‘一带一路’沿线国家和地区,有力地支持了当地农业生产,何尝不是一种成功的突围?农业天地十分广阔,国产农机大有可为。”