

# 广州浪奇开展重大资产置换 拟剥离日化业务

■本报记者 李雯珊

5月13日,老牌日化企业广州浪奇发布公告称,公司正筹划与控股股东广州轻工工贸集团有限公司(以下简称“广州轻工集团”)进行重大资产置换。广州轻工集团拟以持有的新仕诚不低于51%的股份与广州浪奇持有的南沙浪奇100%股权、韶关浪奇100%股权、辽宁浪奇100%股权、日化所60%股权等值部分进行资产置换。

“此次交易处于初步筹划阶段,目前交易双方尚未签署任何协议,交易方案、交易价格、业绩承诺等核心要素仍需进一步论证和协商,后续还需要走相关流程。拟置入的新仕诚公司业绩状况良好,有助于推动广州浪奇持续发展。”广州浪奇证券事务代表刘焱对《证券日报》

记者表示。

此外,据记者了解,若此次资产置换顺利完成,广州浪奇将完全剥离日化业务。

## 新仕诚T.I.T创意园为腾讯微信总部所在地

公开资料显示,新仕诚成立于2007年8月份,由广州轻工集团持股60%,广州现代投资有限公司持股40%,其主营业务为文化创意产业园区开发和运营。

新仕诚官网显示,该公司是广州轻工集团旗下专注于城市资产开发和运营的重点二级企业,旗下运营有位于广州核心区域的T.I.T创意园、T.I.T文创园、T.I.T智慧园、T.I.T双鱼数字文体产业园。

广州浪奇表示,本次交易完成

后,新仕诚成为上市公司的控股子公司,公司将不再经营日化业务,公司主要业务将转变为食品及文化创意产业园区开发和运营。

“T.I.T创意园是腾讯微信总部的所在地,整个园区的经营质量比较高。若此次交易能够顺利完成,预计公司盈利水平也将有所提升,有利于增强公司综合竞争力。”刘焱表示。

广州T.I.T创意园官方微信公众号显示,目前该园区入驻企业近100家,如腾讯微信全球总部、爱范儿总部、易车、乐高科技等,2022年园区年产值约300亿元。

全联并购公会信用管理委员会专家安光勇向《证券日报》记者表示,“广州浪奇此次资产重组是针对性地将日化业务与文化创意产业进行置换,属于主动转型而

非被动应对市场变化。此举也表明了公司在转型上的决心和信心,同时也反映了公司看好文化创意产业未来发展。”

## 广州浪奇去年日化业务毛利率仅为9.63%

近年来,广州浪奇的经营遇到了不少挫折。2020年9月份,公司贸易业务暴雷,当年累计计提信用减值和资产减值超60亿元;随后广州浪奇“披星戴帽”;2021年12月份,广州浪奇引入广州轻工集团为控股股东;2022年5月份,公司撤销退市风险警示及其他风险警示,成功摘帽。

广州浪奇2022年年报显示,去年公司营收24.88亿元,同比下降3.77%,净亏损7161万元。目前,

广州浪奇主营业务分为日化和食品饮料两大板块,而公司去年日化业务毛利率仅为9.63%,食品饮料业务毛利率为40.66%。

“日化业务的发展是有天花板的,竞争也非常激烈,毛利较低,属于重资产投入的行业。广州浪奇在2023年一季度虽然实现了盈利,但如果经营重心不转变,长期而言对公司高质量发展还是不利的。”刘焱向记者如是说。

此前,广州浪奇董秘程默在回复投资者提问时表示,根据重整计划,重整投资人广州轻工集团将根据相关法律法规,并结合对公司的战略定位和发展规划,适时注入优质资产。2023年3月份,广州浪奇非公开发行向广州轻工集团募资6亿元,这体现了控股股东对公司发展的支持和信心。

## 老白干酒“智能酿造”成效显著 高档酒占比、盈利水平不断提升

■本报记者 张晓璐

近年来,白酒行业“马太效应”凸显。在头部酒企利润丰厚的同时,其余酒企却经历着更为激烈的竞争。

白酒企业如何突围?近日,《证券日报》记者走进“河北酒王”,探寻老白干酒于激烈竞争中的“制胜法宝”。

老白干酒财务总监吴东壮对记者表示:“当前市场份额呈现出向全国名酒、区域白酒龙头以及特色白酒企业集中的趋势,名优酒企强者恒强趋势加速,一线名酒渠道下沉,与区域名酒的市场竞争加剧,白酒行业已经进入深度分化期,市场竞争更加激烈。对此,我们首先要将规模做上去,公司未来目标是进入百亿营收行列,随着渠道和战略的调整,我们有信心做到。”

## 营收目标:2023年欲超50亿元

老白干酒工作人员向记者介绍,老白干酒主要产品为衡水老白干系列酒、承德乾隆醉系列酒、文王贡系列酒、武陵系列酒、孔府家系列酒。

近年来,老白干酒营收稳步增长。2020年至2022年,公司分别实现营业收入35.98亿元、40.27亿元、46.53亿元,实现归属于上市公司股东的净利润3.13亿元、3.89亿元、7.08亿元。

与过去几年相比,老白干酒2022年业绩表现非常亮眼,其净利润增幅达81.81%,为白酒行业内增幅第一。而横向来看,虽然老白干酒与水井坊营收相差无几,但净利润却不足水井坊的六成。

水井坊年报显示,公司2022年营业收入为46.73亿元,同比增长0.88%;归属于上市公司股东的净利润为12.16亿元,同比增长1.4%。

对于净利润的差距,老白干酒财务总监吴东壮对记者表示:“公司近年在做战略和产品结构的调整,高档酒占比、盈利水平不断提升,2022年公司的毛利率为68.36%,与2021年相比提高了1.04个百分点,比2020年提高了3.62个百分点,净资产收益率水平也在不断提升。同时,公司也不断加强品牌建设和品牌投入,在品牌建设上运用新媒体、电商直播、圈层营销、网红餐饮引流、流量主播带货等多种方式为产品赋能,通过名酒进名企、名企进名酒的方式建立共品美酒、共谋发展的交流平台,加强与消费者互动,巩固并扩大核心消费人群,不断提升公司的品牌影响力和市场占有率、盈利水平。”

近年来,白酒企业间的竞争更加市场化、专业化以及精细化。在行业中,能否实现百亿营收,依旧是一线酒企的重要衡量标准。在100亿元营收标准线下,交锋最激烈的则是50亿元营收关口。

白酒股中,2022年共有舍得酒业、珍酒李渡、迎驾贡酒、口子窖等4家企业营收在50亿元以上,其中舍得酒业和迎驾贡酒均首次营收超50亿元,老白干酒则仅距50亿元关口一步之遥。

面对行业的分化,酒企纷纷加大投入扩大市场份额。在2023年经营计划中,老白干酒表示,力争今年实现主营业务收入51.70亿元,营业成本控制在16.36亿元以内,费用不超过20亿元,营业总成本控制在44.26亿元以内。

从一季报来看,2023年第一季度,老白干酒实现营收10.03亿元,归属上市公司股东净利润1.02亿元。

## 制曲车间:机器人“当家”

在走访过程中记者注意到,老白干酒之所以能长期保持营收稳健增长,同其在数字化建设上的投入颇有关系。

在老白干酒制曲车间,记者注意到,一只只机械手臂伸缩自如,不停运转“装甑”。装甑是制曲的最后道工序,也是工艺要求最复杂的环节,往往需要工作多年的老师傅凭借经验操作,才能保证酒的质量和产量。

老白干酒工作人员对记者介绍:“这是智能装甑机器人,由公司与中国科学院自动化所联合研制,设计团队通过建立公司最优装甑技师的大数据模型,模拟人工装甑手法,采用强化学习自编程人工智能算法,解决人工操作疲劳后,装甑动作变形等问题,机器人的水平可以媲美金牌装甑技师。”

记者在与公司工作人员交流中了解到,除了上述装甑机器人外,老白干酒还引进了多套国内同行业领先水平的大型科研仪器,如气相色谱-闻香仪(GC-O)、气相色谱-质谱联用仪(GC-MS)、高效液相色谱仪、原子吸收光谱仪、近红外光谱仪、凝胶电泳仪等高端科研仪器设备,建立了发酵酒中试、配制酒中试、机械化中试生产线等。

老白干酒地缸博物馆工作人员对记者表示,早在2021年中国国际数博会时,公司董事长刘彦龙曾提出,只有坚持“智能酿造、基于传统、优于传统”的发展思路,才能在数字化建设和企业发展方面取得优势。此后,在刘彦龙的带领下,老白干酒加速推进科技创新,全面打造数字化转型能力,实现酿酒环节灌装效率提升(机器人装甑技术、SAP和CRM系统)和消费者服务系统升级(CRM系统、SFA系统、一物一码系统),为公司迈向高质量发展新阶段提供持续动力。

除此之外,老白干酒还不断加强科研平台合作。衡水老白干技术中心主任李泽霞表示,2019年我们同世界顶级院校哈佛大学医学院合作开展《衡水老白干酒不上头的科学研究》,致力于解密衡水老白干酒的健康机理,第一阶段已经取得丰硕成果,后面将持续深入研究。

“如今,公司拥有博士后科研工作站、院士合作重点单位等8大科研平台,依托这些平台,公司与中科院、中国食品发酵研究院、江南大学等科研机构形成协同创新共同体,在品质提高、健康因子、智能化升级、绿色发展等多方面开展科研攻关,为中国白酒的高质量发展蓄势赋能。”李泽霞进一步说道。

# 沃尔沃接盘计划落空 江铃汽车:继续积极推进江铃重汽重组

■本报记者 曹琦

在江铃汽车挂牌出售江铃重汽100%股权逾两年后,江铃汽车仍然未能甩掉江铃重汽这一“包袱”。

5月13日,江铃汽车发布公告称,由于政府审批事项未在约定的时间内完成,江铃汽车和沃尔沃协商一致同意,决定终止关于江铃重汽100%股权转让的交易。

## 切入重卡市场折戟

江铃汽车以轻卡起家,2012年拟切入重卡市场,当年以2.7亿元的价格受让了中国兵器装备集团公司及中国长安汽车集团股份有限公司合计持有的太原长安重型汽车有限公司的全部股权。2013年1月份,在完成相应的工商变更登记后,太原长安重型汽车有限公司更名为江铃重型汽车有限公司(以下简称“江铃重汽”),成为江铃汽车的全资子公司。

“收购江铃重汽,或许曾是江铃汽车股东福特汽车进军中国重卡市场而落下的一枚棋子。”一名业内人士透露。对于江铃汽车来说,尽管公司2011年整车销量创出了19.5万辆的新高,业绩增长稳定,但仍面临不断上升的成本压力及商用车行业增速放缓等挑战。若彼时能够成功切入重卡市场,江铃汽车则有望在皮卡、轻卡之外,开辟另一业绩增长曲线。

为此,江铃汽车曾不惜花费重金打造重卡产品,还引进了福特汽

车的发动机技术、驾驶室、底盘等,期望走高端化路线以在竞争激烈的重卡市场取得突破。

2017年,江铃重汽重磅推出的首款重卡产品——江铃威龙正是源自第三代福特Cargo系列的产品,众所周知Cargo是福特在欧洲重卡市场上的主力明星产品,然而在中国却遭遇了水土不服。

除了江铃威龙的水土不服,江铃汽车本就在重卡领域缺乏技术积累,最终导致江铃重汽连续多年销量惨淡。据《证券日报》记者梳理,江铃重汽最风光的时候销量也才1500辆左右,在此基础上,2016年至2019年江铃重汽销量分别为52辆、796辆、1516辆、1090辆,2020年1月份至9月份累计销量为1347辆。

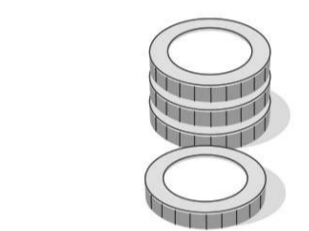
这与江铃重汽成立之初提出的“将建成年产10万辆重型载货车、10万台发动机的大型重卡企业,达产后主营业务将超200亿元”的目标相去甚远。

## 沃尔沃曾欲接盘

2021年5月7日,江铃汽车曾披露拟以不低于7.64亿元的价格,通过山西省产权交易市场公开挂牌方式,出售全资子公司江铃重汽100%股权。

对于股权转让,江铃汽车方面彼时表示,此次挂牌出售江铃重汽100%的股权,符合公司战略方向,公司拟“成为轻型商用车行业的领导者和福特高性价比产品的提供者”。

今年前4个月  
江铃汽车总销量达9.53万辆  
其中SUV销量3.36万辆  
同比增长106%



实际上,多年来江铃重汽的亏损累计达到了20亿元,尤其是2020年江铃重汽亏损5.23亿元,严重拖累了江铃汽车的业绩。2021年后,江铃重汽停止了所有产销工作,直到如今。

为了推动股权转让,江铃汽车也诚意十足,公司于2021年初对江铃重汽现金增资11.42亿元,主要是为了降低江铃重汽的资产负债率,便于引进外部投资者。终于,2021年8月23日,沃尔沃决定收购江铃重汽。彼时沃尔沃与江铃汽



魏健祺/制图

车协商一致,就出售交易股权签署了《关于江铃重型汽车有限公司100%股权的股权转让协议》,确定沃尔沃就目标股权支付的基准价款为人民币约7.81亿元。

然而,2023年5月13日江铃汽车公告称,由于交易所需的政府审批事项未在约定的时间内完成,项目双方经协商一致同意终止交易。

对此,北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔向《证券日报》记者表示,“商用车外资股比放开后,沃尔沃等车企已可以在国

内独自生产。”

不过对于江铃汽车来说,剥离重卡资产的决心并没有动摇,公司表示仍将继续积极推进江铃重汽的重组工作。

值得注意的是,近年来公司战略更加聚焦,江铃汽车发展态势较好。2023年,公司计划实现销售整车31.6万辆,营业收入约316亿元,分别较2022年上涨12%和5%。今年前4个月,江铃汽车的总销量达9.53万辆,其中SUV销量3.36万辆,同比增长106%。

## 走进中联智慧产业城

# 中联重科兴建智慧之“城” 打造规模最大、品种最全工程机械综合基地

■本报记者 何文英

近期,《证券日报》记者通过参加中联重科“科技献礼新时代”系列活动,走进了中联智慧产业城。

在这座极具未来感、科技感的产业之“城”背后,记者了解到,中联重科凭借作为行业领军者三十年的深厚功底,倾注了巨大的科研投入,将把这座“城”建成全球规模最大、品种最全的工程机械综合产业基地。

## 八大灯塔工厂 聚集先进产业集群

中联智慧产业城作为中联重科智能制造升级的核心,将集聚力在长沙市内五大园区的成熟装备制造产业,以及新增的战略新兴产业和关键零部件产业,形成一个汇聚8个全球领先的灯塔工厂的先进制造产业集群。

从总部大楼出发乘坐导览车来到位于中联智慧产业城西北部的中联智慧产业城土方机械园区,记者看到,从备料、焊接、机加、涂装、装配到调试的挖掘机全流程智能制造工厂,装配车间小到螺丝钉的原材

料运输都是由AGV(物流配送机器人)来完成,上千平方米厂房内仅需要几名工作人员进行程序确认。据记者粗略计算,土方园区内,平均每6分钟就可下线一台挖掘机。

中联重科董秘杨笃志告诉《证券日报》记者:“这仅仅是公司智慧城的一角,目前智慧城已建成全球最大的土方机械制造园区,已拉通产线的高空作业机械智造园区、混凝土泵送机械园区,及雏形已现的工程起重机械园区等全球领先的智能工厂。在这里除了已实现每6分钟可下线一台挖掘机外,还将实现每7.5分钟生产一台高空作业机械,每18分钟制造一辆汽车起重机,每30分钟打造一台臂架泵车。”

据介绍,以中联智慧产业城为基点,中联重科的智能智造几乎囊括了包括工厂设计、产品研发、工艺设计、计划调度、生产作业、仓储配送、质量管理、设备管理、营销管理、售后服务等各环节,智能排产、工业AI、数字孪生、工业互联网等前沿技术在这座“城”里亦随处可见。

通过中联智慧产业城的“思考”“指挥”“调度”,中联重科智能工厂的产品质量一次性交检合格

率达98.5%,综合自动化率达85%,生产数据采集率达90%。平均产能提升70%,制造周期缩短65%,制造质量大幅提升;关键设备数控化率达到了100%,关键设备联网率达到95%,生产效率提升34.1%,研发周期缩短31.1%,运营成本下降20.3%,订单完成周期缩短35%。

## 智慧产业城 持续“智慧升级”中

中联重科副总裁、总工程师付玲对《证券日报》记者表示:“中联智慧产业城是集公司研发之大成,产业城创新规划了150余项引领行业的智能制造全流程关键技术,已完成70余项关键技术智能产线的应用,截至目前智能产线申请专利370多件,授权170多件。”

据付玲介绍,中联智慧产业城汇聚了8个全球领先的灯塔工厂、300条智能化产线、8大国家级科研创新平台和1个国际标准秘书处,拥有600多项产线专利技术,创新150多项行业领先技术。此外,正在建设中的中联智慧产业城混凝土泵送机械园区,未来还将应用视觉识别、AI决策、激光扫描、3D建模

等先进技术,实现关键工序自动化率达90%以上,关键工序数据采集率100%的目标。

据了解,中联智慧产业城全面建成后将成为全球规模最大、品种最全的工程机械综合产业基地,也是全球领先的高效之厂、生态之园、智慧之城,将为湖南打造一张高端装备制造的国际名片,打造一个先进制造和创新引领的中部高地。

值得一提的是,这座“城”的“智慧升级”与中联重科强大的研发支持密不可分。公司2020年至2022年,研发投入占营业收入比例分别为5.38%、6.3%、8.27%,三年研发投入总额已超过了110亿元。以研发支持产业智慧升级,再由产业升级所节约的运维成本和产销反哺研发,已构建起中联重科可持续发展的良性闭环。

## “走出去” 展现工程机械龙头实力

在中联智慧产业城首次对外开放日当天,《证券日报》记者还看到有不少外国友人也纷纷到中联重科的智能智造点参观。

据了解,阿联酋、印度尼西亚、

新加坡、土耳其、巴西、美国、荷兰等40多个国家和地区近500名海外客户专程到长沙参加开放日活动。一位来自阿联酋的客户对《证券日报》记者表示,使用中联重科产品之后,发现中国制造的产品性能、质量比想象的要好很多。

中联重科海外公司副总经理伍伟恒对《证券日报》记者表示:“近年来,公司用‘地球村’思维和‘本地化’理念加速海外业务的发展模式变革,针对深耕全球市场,数字化赋能业务模式,战略布局持续完善,重点产品与市场实现快速突破。2022年,公司在印尼、印度、阿联酋、沙特、土耳其等‘一带一路’沿线国家和地区市场,销售业绩同比增长超过100%,2023年一季度公司海外收入同比增长123%。”

值得关注的是,当天有100多位机构投资者参与了此次开放日活动。其中一位工程机械券商分析师对《证券日报》记者表示:“此次开放日活动海外友商云集,意味着中联重科海外业务迎来了国际客户‘走进来’的里程碑。随着中联重科在新一轮技术革命中率先占据制高点,公司国际化业务对营收和利润的占比有望进一步扩大。”