

年内37家整车与零部件上市公司谋定增 加大新能源汽车领域投入

■本报记者 龚梦泽

同花顺数据显示,截至6月27日,今年年内累计已有37家汽车整车和零部件上市公司发布定增预案,相比去年同期的16家大幅增长,计划募资总额不超过485.84亿元。而值得关注的是,这些再融资多指向新能源汽车各领域。

作为国内客车头部企业,6月8日,安凯客车发布向特定对象发行A股股票上市公告书,公司向控股股东江淮汽车募集资金10亿元,实际募集资金净额为9.89亿元,将全部用于公司偿还银行贷款和补充流动资金。本次定增后,江淮汽车持有安凯客车股份比例由25.20%增加至41.61%,控制权得到进一步巩固。

对于上述定增,安凯客车董事长戴茂方表示,本次定增完成后,公司净资产负债率有望降至70%左右,“定增是安凯客车实现转型的第一步,财务数据的优化将增强我们供应商的信心。电动载货汽车若能转型成功,也将丰富江淮集团的产品体系。”

基于对新能源汽车市场的长期看好,进而选择定增加码新项目的不仅只有汽车整车企业。

6月12日,国内大型压铸件龙头企业文灿股份发布公告,其定增方案获得上交所审核通过。去年5月份,文灿股份筹划定增,拟募资不超过35亿元用于新能源汽车零部件智能制造项目建设,并补充流动资金。文灿股份认为,实施定增募投项目,可以抓住市场

截至6月27日

今年年内累计已有37家汽车整车和零部件上市公司发布定增预案,相比去年同期大幅增长,计划募资总额不超过485.84亿元。



魏键祺/制图

机遇,巩固扩大先发优势。受益于新能源汽车产业的蓬勃兴起,2022年,文灿股份经营业绩大幅增长。

今年2月份,主营汽车发动机及其他零部件生产的东安动力发布公告称,拟向控股股东中国长安以及战略投资者福田汽车定增募资不超过3.9亿元。据《证券日报》记者观察,东安动力本次定增最大看点莫过于引入了战略投资者福田汽车。在东安动力方面看来,引入福田汽车作为战略投资

者,双方将会产生协同效应。

据东安动力公告,双方将在汽油发动机研发、发动机购销合同以及产业链资源等方面展开合作。同时,东安动力拟以现金方式收购福田汽车持有的北京智悦60%股权,将双方合作层面由业务往来上升至股权投资,建立深度绑定的上下游关系。此外,包括爱柯迪在内多家汽车零部件上市公司年内通过定增募资投建新能源汽车零件项目,以期在新能源汽车红利期

加速转型布局。

“从预案披露的募集金额可见,新能源汽车相关企业普遍需要资金补血,几亿元、十几亿元的定增预案层出不穷。”德基先进制造与出行产业合伙人张帆表示,定增对于汽车产业链上市公司非常必要。一方面,能够缓解流动资金压力,改善可周转资金和盈利能力。另一方面,也有助于提高企业的融资能力,为上市公司布局新项目和开展业务提供更大空间。

混动车型销量快速攀升 车企竞相布局

■本报记者 张晓玉

近年来,随着新能源汽车的快速发展,作为电气化转型过渡的插电混动技术成为市场讨论的热点。今年以来,无论是自主品牌车企,还是合资车企,都纷纷加快插电式混合动力汽车产品上市进程。

6月26日晚间,长城汽车宣布中大型豪华越野新能源SUV坦克500 Hi4-T正式上市。长城汽车坦克品牌CEO刘艳钊表示,后续,坦克全家族车型都将陆续搭载Hi4-T技术,全面进阶越野新能源时代。

Hi4-T技术加持 坦克挑战“越野+新能源”

面对新能源发展大势,主流车企正加速布局新能源产品转型。就越野品类而言,目前新能源越野车还无法达到越野的及格线,只能算是具有一定越野能力的四驱SUV,想要完美兼顾越野的硬派可靠、电的低能耗与多场景出行,仍是行业技术的“卡脖子”难点。

刘艳钊表示,发动机高效工作区间一般位于中低转速、中高负荷的狭窄范围,在复杂的运行工况下,汽车运行功率需求难以完全匹配发动机最佳工作区间。而混动车利用电驱系统实现了“削峰填谷”,保证发动机更多的在高效区间工作。

现阶段,以电为主的新能源越野车,存在电机无法持续峰值输出、解耦的四驱系统动力输出不完整、电池容量与重量矛盾、馈电状态下性能衰减严重、结构设计的安全隐患问题等五大不可忽视的技术难题。

对此,刘艳钊表示,坦克品牌迎难而上,坚定选择“越野+新能源”技术路线,打造了越野超级混动架构Hi4-T,为用户创造有纯越野能力的新能源车型,拒绝拼凑以牺牲越野性能为代价的产品。

目前,长城汽车正逐步推动旗下品牌实现电动化。前期集中于欧拉品牌,去年将哈弗转型为新能源SUV品牌,同时坦克也借助Hi4-T推出PHEV版。全新Hi4技术的首款搭载车型是哈弗枭龙MAX,这是长城汽车转型新

能源的战略车型。

刘艳钊表示,目前,坦克累计销量已经突破25万台,在中国越野市场的占比高达60%。随着坦克500Hi4-T的正式上市,以及坦克全面进入新能源时代,坦克品牌将继续开拓越野新能源领域。

车企相继布局 混动技术百花齐放

事实上,除了长城汽车外,自主车企中的吉利、长安、比亚迪、奇瑞、广汽、上汽等车企,都抛出了各自的混动发展计划,发布了混合动力技术平台。此外,日产、本田和丰田也通过中国的合资公司加码了电混新品投放。

江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔对《证券日报》记者表示:“混动技术是一个成熟的技术路线,在日本、美国、欧洲已经推动有20多年了,像日本丰田混动技术车型销量超2000万辆。中国混动技术因为没有补贴一直发展缓慢,今年新能源‘国补’政策将退出,混动车型将迎来一个新的机会。”

5G发展进入下半场：我国基站数已超280万个 5G-A加速迈向商用

■本报记者 贾丽

5G商用牌照正式发放已有4年,如今中国5G正加速向垂直领域渗透,并进入发展的下半场。

6月27日,在5G发展创新论坛上,中国通信标准化协会理事长闻库表示,4年来,中国5G发展历经战略布局、系统推进、应用落地三个发展阶段。5G商业化成就显著,虚拟专网建设、充足的频率资源供给等支持中国5G在世界发展取得高质量成效。当下,5G新兴应用层出不穷,直播带货等沉浸交互快速发展,网络持续下沉覆盖到农田、矿山、港口等产业,并在工业互联网应用上均配备了强大的5G设备。目前,5G发展进入下半场,5G-Advanced(5G的扩充与增强,也称“5G-A”或“5.5G”)加速迈向商用。

同日,中国信息通信研究院公布的数据显示,截至今年5月份,我国5G基站总数达到284.4万个,占移动基站总数的25.3%,县级以上行政区覆盖率达100%。5G行业虚拟专网建设加速,截至今年3月份,5G行业虚拟专网建设总量超1.6万个,覆盖工业、港口、能源、医疗等多个领域。

二级市场上,5G概念股表现活跃,6月27日,华脉科技、东方通信、宇通

讯等多股涨停。

5G商用发展驶入快车道

当前,我国网络建设已达到全球领先水平,5G商用发展驶入快车道。

随着应用边界逐步拓宽,5G商用也进入新的阶段5G-Advanced。中国信息通信研究院副院长王志勤表示,目前,5G发展已经进入下半场。作为5G和6G之间的演进技术,5G-Advanced将进入承上启下的关键阶段,“5G增强标准已初步实现空地覆盖,丰富车联网场景”。

5G-Advanced也将有效支撑5G应用规模和数字化创新发展。闻库表示,在标准数量上,世界标准知识产权贡献上,中国5G均跑在前列,5G进入升级新阶段,5G-Advanced正在加速深化技术创新,带动新一轮数字经济爆发式发展。

而在迎来发展机遇的同时,5G商用还面临多重挑战。闻库认为,5G速率仍需提升,还有众多场景待完善,要注重产业链上下游协同及产业生态化,孵化垂直应用加速成熟,从而实现5G商用更大规模的创新发展。

对于推动5G在新阶段应用规模化发展,王志勤建议,适度超前部署,夯实基础设施底座;分业分类施策,加快应用规模扩散;建强产业体系,推动业态融通创

新;增强主体能力,畅通生态融通渠道。

多巨头在核心环节取得突破

当下,运营商及华为等通信企业加持下的数字人直播带货及通信、汽车精密制造、云手机等新兴应用也快速发展。华为也公布了5.5G创新的最新进展,其与产业多个生态方打造的汽车制造柔性生产线也在近日揭幕。据了解,华为正借助5.5G,加速进入精密制造、装备制造等多个领域。

“华为与合作伙伴将跑出新的加速度。”华为无线网络产品线总裁曹明表示,5G的速度是前所未有的,仅用三年时间就完成4G六年的发展。华为以5G-Advanced高质量通信保证产线高稳定运行;同时,在工业领域,与5G新技术结合,吊车摄像头可实现物流中75%装卸效率提升、高清摄像头可减少60%矿下工作。

他认为,6G最早可能在2030年到来,在这之前5G将持续拓展边界,5.5G将发挥联人、联行业、联车、联感知等重要作用。

除了运营商、华为等企业在5G赋能工业生产核心环节逐步形成突破,高通也表示将借助5G与国内企业联合布局车载市场。“汽车正加速电气化发

A股减速器板块集体狂飙 减速器国产替代仍需要时间和耐心

■本报记者 贺俊
见习记者 寇佳丽

6月27日,南方精工涨停收盘,收盘价18.85元,近7个交易日共收获5个涨停板。在政策、AI和机器人产业加速发展,RV减速器配套轴承加速国产替代等多重因素影响下,公司股价稳步上涨。

此前,在与投资者的互动中,南方精工表示,公司与国内两家头部减速器厂商合作开发的新型减速器相关样品已送至特斯拉,试验结果良好,获得较高认可。

“由于签署了保密协议,无法公布两家头部企业的相关信息,给特斯拉的样品最终结果如何也还要等待相当长一段时间,难以预测。我们的主要产品一直在工业领域,尤其是离合器、轴承、机器人零部件等。公司一直与业内龙头企业有合作,比如双环传动、中大力德、秦川机床等,有些项目甚至从2017年就开始了。去年,针对RV减速器,公司相应零部件出货总价值达560多万元。”《证券日报》记者以投资人身份咨询时,南方精工相关负责人如此回应。

减速器板块整体表现良好

机器人产业链的下游为机器人应用或机器人集成,代表上市公司有博实股份、恒为科技等;中游为机器人本体,比如埃斯顿、沈阳新松机器人自动化股份有限公司;按照机器人三大核心部件,上游可分为伺服系统、减速器、控制器三大板块。南方精工是减速器板块的龙头企业,其主要产品之一是轴承,即为减速器的关键组成部分。

不只南方精工,A股减速器板块近期整体表现良好。《证券日报》记者梳理发现,6月15日开盘至27日收盘,新时达、秦川机床、双环传动、绿的谐波累计涨幅分布为57.0%、32.6%、14.7%、12.8%。6月27日,该板块内有18家公司股价上涨,涨幅超过5%的有4家。

茅台冰淇淋点燃酒企跨界热情 “白酒+”醉翁之意不在酒

■本报记者 袁传玺

继贵州茅台推出冰淇淋后,近日,舍得酒业联合食品品牌圣悠活推出联名冰淇淋,再次吸引了消费者的眼球。

值得关注的是,“白酒+”模式已经成为近年酒企的一个风向标,前有茅台跨界做冰淇淋,后有五粮液跨界做咖啡。

对此现象,知趣咨询总经理、酒类分析师蔡学飞对《证券日报》记者表示,酒企跨界布局,更多的是利用冰淇淋、咖啡等这类消费者关注度较高的品类来提升品牌的曝光度与话题度,并且借势抢占年轻市场,通过跨界活化品牌形象,培育未来消费习惯与认知,增强品牌号召力,进行年轻消费者品牌与品质教育,为品牌的长期发展奠定基础。

吸引年轻消费群体

事实上,从2019年开始,白酒企业就陆续推出了“白酒+”的跨界合作。例如,2019年泸州老窖与钟薛高联名推出液香型白酒雪糕“断片雪糕”,2020年江小白与蒙牛集团合作推出联名雪糕,2021年洋河股份、山西汾酒即与丹麦巧克力品牌爱顿博格联名推出白酒酒心巧克力。

但酒企跨界做甜品一直处于不温不火的状态,直到2022年茅台冰淇淋的推出,彻底点燃了酒企做“白酒+”的风潮,各大酒企纷纷发力跨界布局。今年5月份五粮液跨界咖啡行业,开放限定版“五两一咖啡馆”。舍得酒业也不甘示弱,联合圣悠活推出联名冰淇淋。

而值得关注的是,“白酒+”模式不仅让酒企获得流量密码,也助其掌握了突破营收边界的秘密。在不久前举行的茅台冰淇淋周年庆活动上,贵州茅台董事长丁雄军透露,截至5月29日茅台冰淇淋累计销量近1000万杯。并且,据贵州茅台微信公众号2022年12月29日发文,约有340万人购买和品尝过

有分析人士称,资金的流入有助于减速器国产替代的加速推进,促进国内企业市场份额不断增加,使国外生产企业面临更大竞争压力,有利于国内减速器产业技术水平和产品质量的整体提升。

上市公司破局关键在创新

减速器品种多样,以工业机器人人为例,主要有谐波减速器、RV减速器、行星减速器、微型摆线等。

“与其他减速器比较,谐波减速器传动力较高,质量较轻,RV减速器传动力较大,抗冲击力强,二者的传动精度相对更高。工业机器人要求重复定位精度高,因此对这两种减速器的使用更普遍。”重庆交通大学教授、重庆市机器人与智能装备产业联合会副秘书长董绍江对《证券日报》记者表示。

贝哲斯咨询调研显示,2022年,全球工业机器人减速器市场规模达到了237.83亿元,而同期中国工业机器人减速器市场规模约为71.37亿元。

“2022年,国产工业机器人谐波减速器与RV减速器的用量比为1.39:1,两种减速器的国产化份额共计41%左右,国产替代空间仍较大。”高工机器人产业研究所所长卢瀚宸对记者表示。

“公司正在推进外购减速器的国产化进程,我们本身并不生产减速器。目前,轻负载(35KG以下)机器人,基本上都使用国产减速器,但35KG以上载重机器人大部分还是使用进口减速器。”记者以投资者身份咨询时,沈阳新松机器人自动化股份有限公司相关负责人这样回应。

对此,董绍江进一步表示,技术创新需要时间和耐心。“除轴承外,齿轮、润滑油、封装等对工业机器人减速器来说都十分关键,细说起来还与材料、精度有关。技术创新不仅需要大量资金投入,还能长时间难见效果,往往需要无数次实验、无数次计算,才能见分晓。”

茅台冰淇淋。

对此,酒业专家、武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青对《证券日报》记者表示:“茅台开始做冰淇淋后,取得了良好的效果,在行业内起到了很好的示范效应,茅台通过冰淇淋产品实现了品牌年轻化。”

也有业内人士认为,白酒企业做“白酒+”业态是醉翁之意不在酒,冰淇淋、咖啡等产品都是近年来年轻人关注度较高的消费品,酒企更希望借助这些品类打造一个与年轻消费者互动沟通的载体。

中国食品产业研究院高级研究员朱丹蓬也告诉《证券日报》记者,话题度,并且借势抢占年轻市场,通过跨界活化品牌形象,培育未来消费习惯与认知,增强品牌号召力,进行年轻消费者品牌与品质教育,为品牌的长期发展奠定基础。

“白酒+”钟爱冰淇淋

值得一提的是,在众多“白酒+”模式的产品中,为何冰淇淋是企业最钟爱的品类?

蔡学飞认为,酒类产品与冰淇淋品类结合程度比较高,消费者接受度较高,品类关注度高,年轻消费者有很强的猎奇尝新心理,布局冰淇淋的传播效果会更好。

并且,据京东超市联合京东C2M智造平台发布的《2022冰淇淋消费趋势报告》显示,我国冰淇淋消费市场规模有望从2021年的1600亿元增至2026年的2460亿元,发展前景广阔。

酒企通过跨界布局冰淇淋,不但抓住了年轻人消费观,同时也使其自身进入了热门赛道。

但酒企想在跨界路上经营的更长久,也应继续加强与年轻人的“沟通”。肖竹青认为,酒企应引进研发和运营专业人才,重视口味测试和口味创新,常态化开展年轻消费者喜闻乐见的互动交流,同时注重在年轻人喜欢的互联网平台种草,培养并积累消费者好感,鼓励年轻消费达人分享消费体验。