

公司零距离·新经济 新动能

攻克汽车“心脏” 广汽集团多个领域跑出“加速度”

■本报记者 李雯璐

曾几何时,在燃油车为王的年代,汽车界有这么一句话——“得发动机者得天下”。而如今,在新能源汽车百家争鸣的时代,三电领域(电池、电机和电控系统)成为较为主战场,谁技术过硬谁就是行业的领军者。

一直秉承“无科技,不广汽”理念的广汽集团,持续在科技、新能源生态布局等方面发力,除了加快提升整车销售的竞争力外,还进一步推动与主营业务发展相关的生态体系建设,筑牢提高企业营收的护城河。

近日,《证券日报》记者走进广汽集团旗下广汽研究院、优湃能源科技(广州)有限公司(以下简称“优湃能源”)、锐湃动力科技有限公司(以下简称“锐湃科技”)、因湃电池智能生态工厂等,深入了解广汽集团在关键核心技术领域生态方面的布局。

自主研发汽车“心脏”

地处广州市番禺区的广汽研究院,东临狮子洋,南倚莲花山,是广汽集团的研发“航母”,汇聚四海精英。数据显示,广汽研究院累计研发投入已超440亿元,现有研发人员超5000人,已构筑“三国五地”(广州、上海、厦门、美国洛杉矶、意大利米兰)全球研发体系。

在广汽研究院的2号楼,可以看到多项可落地量产的最新研发成果。多年来,广汽集团秉持“维护一代、开发一代、储备一代、研究一代”的研发理念,大力推进节能与新能源汽车技术研发,加速智能网联汽车的产业化步伐。当前,其正积极布局飞行汽车、氢发动机、氨发动机、高压无钴电池、半固态电池、固态电池、机器人等前沿技术领域。

今年1月下旬,广汽集团动力总成自主研发团队荣获“国家卓越工程师团队”称号。正所谓台上一分钟,台下十年功,这样的殊荣背后,有着很多不为人知的艰辛与坚持。

在中国汽车自主品牌成长初期,作为汽车的“心脏”,发动机成为整车研发最大的制约因素。“当年合资品牌、外资品牌几乎垄断了中国汽车市场,广汽集团的研发团队开始着手研发自己的发动机。”广汽研究院院长吴坚在接受《证券日报》记者采访时表示。2008年,在华南理工大学任教近二十年的吴坚,怀揣着打造世界顶尖“机芯”的理想加入了广汽研究院,担任研发团队技术带头人。

据了解,十余年间,广汽发动机研发经历了从第一代引进消化吸收再创新的“跟跑”、第二代集成开发的“并跑”、第三代自主开发的“领跑”,到第四代深入探索无人区、创新突破的蜕变。

“从最初的图纸,到二次开发为能够生产的图纸,相当于推倒重来,几近开发一款全新产品。”回忆起当年的情景,广汽研究院动力总成中心副主任邵发科记忆犹新。

在外方有限的技术支持下,研发团队完成了众多关键技术的突破:点火从两个火花塞改为一个火花塞,缸盖从重力铸造改成压力铸造,还同步推进了一系列改造升级,最终快速产出合格的第一代产品,实现了广汽发动机“从0到1”的跨越,并在广汽传祺首款中高级轿车上量产搭载,在2010年第十六届广州亚运会亮相。

吴坚自豪地向记者表示,这条“从0到1”的发动机自主创新之路,广汽动力总成自主研发团队不仅走通了,还走到了世界前沿。

新能源时代再领跑

“无科技,不广汽”的自主创新基因,驱动着这家龙头企业在新能源汽车时代持续演绎新的传奇。

电动汽车的电驱系统就像燃油车的发动机和变速箱一样,是汽车的动力输出装置。日前,广汽集团成为全球范围内为数不多的新能源三电领域实现全面自主研发、自主可控的车企,其自主研发的M25超级电驱被称为“掌上V8”(V8指的是一种发动机的缸缸排列方式,常搭载在高性能汽车和高档车型中)。

“M25超级电驱转速达到22000转/分,是全球率先实现量产的高转速电机,也是全球最先量产的超高压900V电驱,兼顾强劲动力与小体积。”广汽埃安研发中心电驱系统部部长喻皓向记者透露。

在汽车行业工作逾31年的锐湃科技总经理唐新和表示:“在我多年的职业生涯中,首先做的是汽车传统动力总成,从发动机自然吸气做到增压,到现在混动系统,现在是做电驱系统。我们将这些年积累的对电驱技术的独到理解,与对智能制造、精益生产、极限品质的传统车企优势结合,才打造出了全球领先的锐湃智能生态电驱工厂,在新能源时代实现核心技术再领跑。”

据广汽集团介绍,2021年9月份,广汽首款“零碳排放”氢气发动机点火成功,率先在业内提出



图①、图②锐湃智能生态电驱工厂内景 图③优湃能源科技(广州)有限公司外景 图④因湃电池智能生态工厂外景 图⑤广汽研究院外景 (公司供图)

广汽面向“双碳”目标的技术解决方案;2022年8月份,广汽混动发动机最高有效热效率突破44.14%,将中国发动机技术推向全新高度,发动机产品历经四代发展,累计搭载销售300多万台;2023年6月份,广汽发布全球首款搭载氢电混合动力系统整车、全球首款乘用车氢发动机。

“工程师,就要树立敢于创造的雄心壮志。国家需要什么,我们就做什么。”吴坚表示,2023年中国汽车出口量全球第一,中国新能源汽车正引领全球,但要在未来发展中保持持续的竞争力,企业创新是先进生产力重要的落地和推动力量。

广汽集团在新能源赛道上不断提速,自主品牌成绩领跑行业,为中国新能源汽车产业发展添砖加瓦。据悉,广汽集团自主品牌广汽传祺及广汽埃安2023年实现销售约89万辆,自主品牌新能源汽车销量占自主品牌销量的比例约为58%,创历史新高。截至2023年末,于2019年4月份开始投产的广汽埃安达成累计产销百万辆汽车,成为全球产销最快破百万的纯电汽车品牌。

构建千亿元能源生态

面向未来,广汽集团制定了“1578”战略,将通过发力5大增量、

夯实7大板块、落实8大行动,力争2030年实现产销超475万辆,营收1万亿元、利税1000亿元的目标。

“2030年广汽集团希望能达到万亿元营收,但是只通过整车销售去达到这样的业绩目标,显然是不现实的。在我们规划的生态增量收入构成中,来自能源生态业务的增量收入具有很大确定性,经过一年多的整合与布局,已经初现成效,带来了不错的增量收入。”广汽集团董事长曾庆洪在接受《证券日报》记者采访时表示。

优湃能源副总经理闫良波向记者介绍,优湃能源是广汽集团能源生态板块的主要载体,将积极打造“锂矿+基础锂电池原材料生产+电池生产+储能及充换电服务+电池租赁+电池回收和梯次利用”六大主营业务,构建纵向一体化的新能源产业链布局。按照规划,2030年能源生态板块的营收有望达到千亿元规模,实现“万亿广汽,千亿能源”的战略目标。

在优湃能源调研现场,可以看到回收的电池井然有序地摆放,工人正通过自动化检测设备对回收的电池进行质检筛选归类。在电池回收业务板块,优湃能源已经面向市场建立动力电池综合服务三级网络,分别是一级的总部检测工厂(具备深度检测能力)、二级大区服务站(应对省区业务提供疑难诊

断)、三级城市服务站(提供同城高效检测服务)。

闫良波透露,优湃能源的业务布局将重点围绕以电池生产为核心的产业链构建和包括充换电业务、电池银行在内的用电服务生态构建展开。优湃能源在2023年3月份成立,虽然成立时间比较短,但是现在每个环节都已经进入了扎实的布局。

据介绍,在电池生产方面,优湃能源旗下的因湃电池智能生态工厂已于2023年12月份正式投产,该工厂占地面积666亩、规划产能36GWh,其中第一条6GWh的产线已经落地。补能业务方面,优湃能源目前已建成充电站979座,规划到2025年将达到2000座,在150座城市建设了换电站,2分钟即可完成换电补能。

当下,新一轮科技革命和产业变革向深度演进,其中影响力最广的是数字技术与低碳技术,推动当前的新质生产力呈现数字化、绿色化特征。智能新能源汽车两大特征于一身,正处于风口。中国智能新能源汽车先发优势明显,是新质生产力的典型代表。掌握多项核心技术成果,持续推动改革与创新,布局能源生态全产业链的广汽集团正向着“万亿广汽”目标不断前进,有望在多个领域跑出属于广汽集团的“加速度”,不断推动汽车产业高质量发展。

多家头部白酒企业宣布提价 释放何种信号?

■本报记者 李静

《证券日报》记者获悉,自2月29日起,今世缘将停止接收国缘四代开系产品销售订单,并于3月1日起分别在四代出厂价基础上上调500ml 42度五代国缘四开/对开/单开出厂价,分别为每瓶20元/10元/8元,其中四开单品严格执行配额机制,计划外配额在当期出厂价基础上每瓶上调10元。

华创证券表示,今世缘节后推动开系全线提价,有望持续提升品牌高度,有助于强化产品定位,推动全产品线良性布局,同时可以改善渠道利润,激发经销商及终端积极性。此外,节后提价不仅彰显公司经营信心,也是后百亿元战略的重要一步。

除今世缘外,春节过后,多家白酒企业纷纷发出提价消息。2月27日,郎酒内部人员向记者证实,郎酒旗下核心产品红花郎10年、红花郎15年渠道供货价将于4月1日起每瓶分别提价20元和30元。此外,剑南春内部人士也向记者透露,公司核心单品水晶剑将于3月1日正式涨价,出厂价每瓶上调15元。涨价后,水晶剑出厂价将达到每瓶410元左右。

“水晶剑作为百亿元级超级大单品,拥有深厚的全国消费基础,适当的提价可以激活渠道、带动产品动销,从而提振市场信心,有利于剑南春规模与盈利能力的提升。”白酒行业分析师、知趣咨询总经理蔡学飞对《证券日报》记者表示,目前整个酒行业面临库存较高、价格倒挂与需求减弱等问题,剑南春小步快跑式的提价对于市场刺激性较小。

事实上,此轮白酒涨价热潮始于去年年底。2023年11月1日,贵州茅台上调53%vol贵州茅台酒(飞天、五星)出厂价格,平均上调幅度约为20%,且不涉及该产品的市场指导价。泸州老窖紧随其后,于去年11月份发布通知称,52度、43度和38度的泸州老窖60版特曲五码装(500ml×6)经销商结算价,分别上调至478元/瓶、438元/瓶和428元/瓶。随后,舍得酒业将500ml品味舍得(包含第五代及庆典版)经销商出厂价上调20元/瓶。五粮液也于今年2月5日将八代普五出厂价从969元/瓶提高至1019元/瓶,涨价50元/瓶。

对于多家白酒企业的提价,白酒行业分析师、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,本轮酒企提价,主要目的是为酒企针对核心大单品所作出的举动,首要目的是为了提价扩价,通过调价控货来维持价格稳定,有利于实现去库存等多重目标。

价格是白酒竞争中的核心要素之一,也是品牌价值的直接表现。“跟着头部名酒涨价节奏涨价,也是酒企保持行业品牌位置的重要举措。”蔡学飞称,名酒拥有深厚的全国性的品牌、组织、市场、渠道与消费者基础,因此,适当的提价可以激活渠道,带动产品动销,从而提振市场信心,有利于企业销售规模与盈利能力提升。

在行业分化的大背景下,提价或将进一步推高价格格局变化,影响品牌形象。方正证券认为,提价有利于促进经销商的回款进度,提高市场对于产品货值以及未来增值的预期,刺激消费乃至增加存酒藏酒,从而在阶段性的周期底部促进库存的消化。

华安证券称,2024年是白酒的关键年份,宏观与需求层面有支撑,库存有望进入拐点时刻。国泰君安在调研报告表示,2024年白酒处于库存后半段,去库存特征日益明显,产品结构沉降与份额集中延续,酒企竞争优势源于产品线、品牌及营销体系。

百威亚太去年四季度净亏损 如何应对国产啤酒高端化攻势?

■本报记者 谢岚 见习记者 梁傲男

2月29日,百威亚太交出2023年成绩单。公司财报显示,由于中国和印度市场持续推行高端化的影响,公司2023年度收入为68.56亿美元,同比增长11.1%;销量达92.8亿公斤,同比增近4.6%;正常化除息税后折旧摊销前盈利为20.23亿美元,同比增长10.8%。

受韩国的非基础关税拨备影响,百威亚太股权持有人应占溢利由2022年的9.13亿美元下降至2023年的8.52亿美元,同比下滑6.68%。

百威亚太在财报中提及,在中国,在渠道复苏及持续高端化的支持下,销量增长4.3%。公司高端及超高端产品收入均达到双位数增长,带动2023全年营收和获利均取得双位数增长,除息税后折旧摊销前盈利亦有所提升。

据了解,目前,百威亚太的主要市场包括中国、韩国、印度及越南,旗下主要品牌为百威、时代、科罗娜、福佳、凯狮及哈尔滨。但值得注意的是,近年来,在啤酒市场的存量竞争中,国产啤酒在高端市场高歌猛进,对百威亚太的影响显而易见。

数据显示,2023年第四季度,公司实现营收12.93亿美元,同比增长8.9%;净亏损2300万美元,而2022年同期为亏损1200万美元。

对于2023年第四季度的业绩亏损,公司并未在财报中阐释具体原因。有业内人士认为,此前,百威亚太曾在中高端啤酒市场占有非常高的市场份额,但随着国内啤酒企业高端化进程的推进,百威亚太的优势地位逐年褪色。

啤酒行业专家方刚在接受《证券日报》记者采访时表示,当前,国产品牌高端化攻势较猛,百威啤酒的优势越来越小,二者距离越拉越近。“百威啤酒的压力还是蛮大的,尤其是在东南省份一带,受到国产品牌的挑战比较大。”

在业内人士看来,未来百威亚太在中国市场面临的压力会越来越大。对于百威亚太来说,“守城”之时如何想出“破敌”之法,将是待解的课题。

“快递新规”今起施行 为行业高质量发展夯实制度基础

■本报记者 李勇

新修订的《快递市场管理办法》(以下简称《办法》)自2024年3月1日起施行。交通运输部于2013年1月11日公布的《快递市场管理办法》(以下简称“原《办法》”)同时废止。

对此,科技部国家科技专家库专家周迪在接受《证券日报》记者采访时表示,新《办法》将为我国快递业高质量发展提供有力的制度保障,有利于推动行业进一步转型升级,提升我国快递业的整体竞争力。

修订以适应行业发展

小包裹,大经济。快递业的不断发展,在便利居民生产生活、服务社会经济发展等方面,发挥着越来越重要的作用。

公开信息显示,《快递市场管理办法》曾在2012年进行过修订,此次为第二次修订。

中心研究员唐树源在接受《证券日报》记者采访时表示。

国家邮政局日前公布的统计数据,2023年我国累计完成快递业务量1320.7亿件,累计实现快递业务收入12074亿元。我国年快递业务量已连续10年稳居世界第一。

“快递业已成为国民经济的重要组成部分,发挥着重要作用。”周迪认为,在快速发展过程中,快递业也逐渐暴露出一些问题。如服务质量不稳定、快递员权益保障不足、市场竞争失序等。为规范市场秩序,保障消费者和从业者的合法权益,促进快递业高质量发展,有必要对原《办法》进行修订。

中物汇成物流研究院高级研究员袁帅也认为,随着电子商务和物流行业的快速发展,快递业务量迅速增长,快递市场面临新的挑战和问题,需要对原《办法》及时进行修订,以更好地规范快递市场,保障消费者权益,促进行业健康发展。

对比来看,修订后的《办法》重点在完善发展保障制度安排,强调绿色发展原则,夯实总部企业统一管理责任,加强快递服务行为规范,健全完善安全生产和应急管理要求,强化市场秩序管理要求以及

严格快递运单及码号管理规定等七个方面作出了调整。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇认为,此次修订的背景在于中国快递行业高速发展,业务需求与业态创新对服务标准、安全、效率及环保等方面提出了更高要求。修订的意义在于规范市场秩序,强化企业责任,保护消费者权益,引导行业健康可持续发展,并通过解决快件损毁丢失、配送不到位、过度包装等问题,提升服务质量。

“《办法》更加系统、全面,涉及快递业务的各个方面。”北京工商大学商业经济研究所所长洪涛教授认为,《办法》的施行将进一步促进邮政管理部门、行业协会、快递企业、消费者、电商平台之间的良性互动,为快递行业的绿色发展、可持续发展、高质量发展和现代化发展奠定基础。

促使企业加强内部管理

此次新修订的《办法》,对消费者反映强烈的一些服务“顽疾”,进行了进一步规范和更有力的约束。

例如,《办法》对经营快递业务的企业提出诸多细化要求,要求经

营快递业务的企业提供快递服务时,应保障用户的合法权益,不得设定不公平、不合理的交易条件,不得强制交易;保障快件安全,防止快件丢失、损毁、内件短少,不得抛扔、踩踏快件;除不可抗力因素外,按照约定在承诺的时限内将快件投递到收件地址;收件人;向用户提供快件寄递跟踪查询服务,不得将快件进行不合理绕行,不得隐瞒、虚构寄递流程信息,保证用户知悉其使用快递服务的真实情况等。

针对包裹投递及搬运过程中客户意见较大的一些行为,《办法》在法律责任方面也进行了明确,对于经营快递业务的企业存在未经用户同意擅自使用智能快件箱、快递服务站等方式投递快件或抛扔快件、踩踏快件的,将由邮政管理部门责令改正,予以警告或者通报批评,可以并处1万元以下的罚款;情节严重的,处1万元以上3万元以下的罚款。

周迪认为,《办法》对快递企业的服务质量提出了更高的要求,促使企业加强内部管理,提高服务水平,从而提升消费者满意度。

同时,此次《办法》的施行,也为行业的健康发展进一步夯实了

制度基础。

“2021年以来,我国快递年业务量连续三年突破1000亿件,2023年达1320亿件,预计2024年将达到1425亿件。”洪涛向《证券日报》记者表示,“我国快递业将转型升级进入高质量发展的新时期,需要解决深层次矛盾和问题,探索可持续发展的新路径。《办法》的施行,对于我国快递业发展具有重要的阶段性历史和现实意义。”

有龙头快递企业相关人士向《证券日报》记者表示,《办法》为行业发展提供了新标准,进一步规范了市场秩序,将有效遏制企业间的非理性恶性竞争,有利于行业的健康发展。

“《办法》为快递业的发展提供更加明确的政策导向和支持措施,有助于规范快递市场经营秩序,推动快递业绿色发展,加强安全管理,保障用户个人信息安全,从而为快递业的高质量发展提供制度保障。”

袁帅表示,《办法》特别强调了环保和可持续发展,推动快递企业采用环保材料和技术,减少环境污染,实现绿色发展。其将对中国快递业高质量发展起到积极的推动作用,促进快递市场更加规范、绿色、高效和创新发展。