

# 轮胎市场“春意浓” 企业加班赶工忙

本报记者 王 僊

春节假期后,国内轮胎企业较去年同期呈现出更为繁忙的赶工状态,部分地区的订货会上也如火如荼进行中。多家受访轮胎上市公司表示,在政策支持以及汽车行业需求持续向好的背景下,今年轮胎市场春意明显。

卓创资讯轮胎行业分析师郭娟对《证券日报》记者表示:“3月份是轮胎市场的季节性销售旺季,而今年轮胎市场启动较往年有所提前。”由于基建、物流运输等行业仍处于恢复阶段,全钢轮胎目前的实质性支撑相对有限,但半钢轮胎却在出口订单持续高景气的支撑下,产销表现良好。

## 轮胎企业加快扩产

“今年轮胎行业景气度比去年同期要好一些,国内轮胎企业春节后大都提前复工,订单饱和、加班赶工成为行业常态。”山东威海一家轮胎企业负责人对《证券日报》记者表示。

记者了解到,通用股份、玲珑轮胎、森麒麟、三角轮胎等多家轮胎上市公司都忙于赶订单。通用股份在投资者互动平台上表示,公司今年在大年初二就正式开工,海外泰国工厂、柬埔寨工厂春节期间正常上班、持续运行,直到目前,各生产基地都处于满产运行中,保持产销两旺状态。

特别是对于以生产半钢轮胎为主的企业来说,由于今年以来出口订单持续向好,加之目前库存水平偏低,为满足市场需求以及迎接3月份轮胎市场的季节性旺季,轮胎企业在短暂的春节休息后,继续积极生产,以推动行业整体产能利用率实现快速提升。

在此背景下,部分轮胎企业也在加快扩产步伐。在山东淄博,有道轮胎有限公司近日宣布,今年要扩建高性能全钢载重子午胎生产线项目,该项目计划总投资10亿元,将产



能从目前200万套全钢载重子午胎的基础上提升至年产400万套,可实现年产值约40亿元。

头部轮胎上市公司在海外的扩产布局亦呈加速之势。如已在越南、柬埔寨和墨西哥三个国家进行产能布局的赛轮轮胎于1月底发布公告,拟对“柬埔寨投资建设年产600万条半钢子午线轮胎项目”追加投资7.7亿元,投资总额达22.5亿元。项目将具备年产1200万条半钢子午线轮胎的生产能力。通用股份也在去年年末宣布启动柬埔寨二期项目,进一步扩大产能。

传播星球App联合创始人由曦在接受《证券日报》记者采访时表示,今年以来,轮胎行业整体运行平稳,随着全球经济逐步复苏,市场需求有望增长。中国龙头轮胎企业在海外建

厂扩产,有助于提升中国轮胎品牌在全球市场的地位和知名度,还可推动国内外轮胎市场的整合,形成更加合理的产业格局。

## 业界预期乐观

今年以来,轮胎行业热度不减,推动产业链景气度向上游延伸。卓创资讯监控数据显示,近期,包括天然橡胶、炭黑、丁二烯、橡胶助剂等在内的轮胎上游原材料,无论是需求还是产品价格都呈现走高态势。

以丁二烯为例,2月份以来,市场价格涨幅扩大,尤其是春节假期以后,上涨速度明显加快。据卓创资讯监测数据显示,截至2月28日,丁二烯山东市场送到价格在11675元/吨,较1月末上涨17%。

在产业链联动的状态下,轮胎企业的盈利空间以及接下来的行业走势,备受投资者关注。

郭娟表示,2024年轮胎行业表现仍可期,具体到全钢轮胎和半钢轮胎来看,或有不同呈现。2024年中国全钢轮胎总需求仍会呈小幅增长趋势,其中在配套市场方面,由于商用车市场在去年重新恢复上行通道,全钢轮胎配套市场也会跟随恢复上涨。替换市场方面,今年则有望超过2023年。

半钢轮胎市场2024年的供需亦将呈现增长趋势。“多重因素影响下,中国半钢轮胎的出口仍有一定支撑。”郭娟表示,随着中国人均汽车拥有量和消费水平的提升,中国半钢轮胎需求仍将有一定的增长潜力,加上传统能源汽车向新能源汽车的转化,或将成为半钢轮胎配套增长的支撑。

# 持续加强原创音乐扶持力度 网易云音乐首次实现全年扭亏为盈

本报记者 袁传玺

2月29日,网易云音乐发布了2023年业绩报告。财报显示,网易云音乐2023年净收入为78.67亿元;毛利率由上年同期的14.4%大幅增长至26.7%;净利润增至7.34亿元,首次实现全年扭亏为盈。

“网易云音乐此次实现扭亏为盈,证明业务已经进入良性循环,并且版权逐步丰富,得益于音乐社区生态与原创音乐的双轨发展都取得了不错的成绩。”新音乐产业观察联合创始人赵卓对《证券日报》记者表示,过去一年,网易云音乐的业务策略更专注于音乐本身,公司产品更加聚焦,业务上也逐步以内容产出方、主要媒体合作伙伴、演出主办方的身份,深度参与行业每个环节,在商业化服务上有了更深入地品牌服务合作。

## 盈利能力大幅改善

过去一年,网易云音乐业绩数据愈发健康,盈利能力大幅改善。具体来看,网易云音乐聚焦核心在线音乐规模增长及商业化,会员收入增长明显。财报显示,2023年在线音乐服务收入为43.5亿元,同比增长17.6%;社交娱乐服务及其他收入为35.2亿元。

此外,在线音乐服务月活跃用户数从上年同期的1.89亿人上升至2.06亿人,同比增长8.7%。在线音乐服务的每月每付费用户收入上升至6.9元。在月付费方面,在线音乐服务月付费用户数达4412万人,同比增长15.3%。在线音乐服务付费率达21.4%;截至2023年12月底,社交娱乐服务月付费用户数已达160万人,同比增长20.3%。

一位不愿具名的券商分析师对《证券日报》记者表示,从此次网易云音乐扭亏为盈、毛利率大幅提升等数据来看,其盈利能力正持续改善;用户活跃度以及用户的付费意愿正不断提高,证明其用户黏性正不断提高;从中长期角度来看,网易云音乐发展前景可观。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林对《证券日报》记者表示,网易云音乐利润提升,毛利率有了质的飞跃,说明网易云音乐流量变现能力增强,尤其是会员收入增加,会员是网易云音乐高毛利的收入项目,网易云音乐的盈利能力已经有所体现。

## 深化AI技术应用

2023年,网易云音乐持续投入体系化的音乐人扶持计划,帮助平台原创音乐人提升影响力及商业收入,进而强化平台的原创音乐生态。

在原创新乐方面,优质内容成为在线音乐竞争新的重点。自制内容

方面,2023年推出《向云端》《精工》等爆款歌曲。此外,平台专注发力优势音乐品类,制作了《阳光男孩阳光女孩2023》《圣山》等受欢迎的说唱音乐。截至2023年底,网易云音乐的内容库包含1.49亿首音乐曲目;平台原创音乐人数量约68.4万,共创作了约310万首音乐曲目。

与此同时,2023年网易云音乐持续深化AI技术在音乐生产、消费、推荐全流程环节应用。在生产端,推出一系列音乐创作效率辅助工具,帮助音乐人降低音乐创作门槛,提高创作效率。

在消费端,上线歌曲智能推荐讲解功能“私人DJ”,提高音乐体验。同时,网易云音乐增强了AI赋能的推荐算法,进一步提升了音乐生产与消费环节的连接,2023年来自平台推荐的音乐播放量占比持续大幅增加,平台算法推荐领先优势进一步扩大。

赵卓表示,随着智能工具在生活中变得越来越重要,下一个十年,音乐工具会更加智能化,效率的进一步提高将会让音乐内容进一步放量增长。

## 回归音乐本身

值得关注的是,整个行业正逐步回归音乐本身。例如,网易云音乐在2023年接连推出众多走红全网的歌曲,其独到的企划能力为版权回归、原创音乐推广、跨界合作等提供了极大的行业参考意义。

在音乐人服务方面,网易云音乐从革新音乐传播,在社区化中开拓公众空间,深入更多音乐人服务,如云梯计划2023,对幕后创作者的全面扶持,beat交易平台,X Studio等,提供更全面的创作者服务,解决行业痛点。

今年1月份,网易云音乐全新改版宣布“回归音乐”,slogan回归最初的“发现好音乐”,这也预示着后续网易云音乐聚焦在线音乐业务,推送平台音乐生态健康发展上将有更多发力。

据悉,此次网易云音乐全新改版围绕听歌体验优化,主要体现在个性化首页、平台专业推荐的双首页设计;新版还大量删减了影响听歌体验的广告位等。官宣改版当日,网易云音乐发布了回归音乐声音概念专辑。

对于回归音乐本身,赵卓认为,网易云音乐这次大改版所体现的行业变化是显而易见的,一方面,在经历了多年的随波逐“量”之后,音乐行业需要回归内容本质,从消费端帮助用户挖掘内容的深度价值。另一方面,技术的日新月异也改变着音乐播放器的面貌。

展望未来,网易云音乐方面表示,将继续致力于网易云的用户带来更多优质音乐,培育社区及提升用户体验,进一步增强运营及商业化能力并提高盈利能力。

# 正威新材控股股东上亿元股权拍卖无人接盘 二拍将于3月底进行

本报记者 曹卫新

2月29日,正威新材发布公告称,公司控股股东深圳翼威新材料有限公司(以下简称“深圳翼威”)持有的上市公司2099.61万股无限售流通股首次拍卖未能成功,将被第二次拍卖。

淘宝网司法拍卖网络平台信息显示,二拍时间为2024年3月26日10时至2024年3月27日10时止(延时除外)。福建省福州市中级人民法院参照正威新材二级市场公开交易价格及考虑到减持对股价的影响,以一拍流拍价的80%作为第二次拍卖的起拍价。最终,深圳翼威2099.61万股股份第二次拍卖的起拍价确定为1.03亿元,拍卖保证金为1000万元,增价幅度为30万元。

往前回溯,2024年1月12日,正威新材发布公告称,公司近日通过中国证券登记结算有限责任公司系统获悉,公司控股股东深圳翼威及其一致行动人西

安正威所持公司股份被司法再冻结和轮候冻结。同时,公司通过淘宝网司法拍卖网络平台获悉,且收到福建省福州市中级人民法院发来的相同内容《网络司法拍卖通知书》,得知深圳翼威持有的公司2099.61万股无限售流通股将被通过淘宝网司法拍卖网络平台拍卖,拍卖开始时间为2024年2月5日10点。

竞买公告显示,深圳翼威所持正威新材2099.61万股股份第一次拍卖的起拍价约为1.29亿元,拍卖保证金为1400万元,增价幅度为30万元。

公开资料显示,2月2日,上述股权开拍前一个交易日,正威新材的收盘价为4.92元/股,以此计算,深圳翼威所持正威新材2099.61万股股份市值在开盘前即已缩水至1.03亿元。2月5日至2月6日,正威新材股价累计下跌3.86%,拍卖对应股权市值继续缩水。这意味着,一旦有竞买人参与竞买并成交,就要面临千万元的损失。

拍卖结果显示,尽管有1人报名了此次拍卖,但最终经过一天的竞价,本轮拍卖因无人出价而流拍。

2月28日,福州市中级人民法院发布的二拍竞买公告显示,正威新材2099.61万股股份起拍价为1.03亿元。截至2月29日收盘,公司报收于5.63元/股,以此价格计算,这部分股权对应市值为1.18亿元。

2月29日,正威新材披露的公告显示,公司控股股东深圳翼威及其一致行动人西安正威累计被冻结股份数量占其所持公司股份数量比例已达到100%。截至公告披露日,除上述将被司法拍卖的2099.61万股股份外,深圳翼威及其一致行动人所持股份未发生其他被拍卖的情形。

2月29日,记者致电正威新材,公司证券部相关工作人员表示:“从公司目前了解的情况来看,主要是控股股东将股份质押给了福州经济技术开发区左海供应链有限公司,公司已就此向深圳

翼威和西安正威函询涉及本次股份司法再冻结及轮候冻结的相关情况,目前暂时还没有收到相关回复。”

记者拨打福建省福州市中级人民法院公布的拍卖咨询电话向拍卖相关事项,相关工作人员表示:“这部分股权并不复杂,股权控制人以部分股权为被执行人做了担保,其本身并不是被执行人。二拍链接刚挂出去,目前暂时还没有收到报名信息。”

公开资料显示,截至目前,深圳翼威持有公司的股份为1.27亿股,占公司总股本的比例为19.55%。深圳翼威及其一致行动人持有的公司股份为1.69亿股,占公司总股本的比例25.89%。

“如果拍卖最终成交,深圳翼威及其一致行动人持有的公司股份占比为22.67%,不会导致公司控制权发生变更,也不会对公司治理结构及持续经营产生重大影响。”正威新材上述证券部相关工作人员表示。

## 专访美盈森植物肉品牌公司CEO李长吉:

# 人造肉是“科技”而非“狠活”

本报记者 李雯珊 见习记者 刘晓一

近日,人造肉概念火热,2月28日,多只概念股涨停。据了解,目前,已有多家国内企业在人造肉赛道抢先布局。

美盈森控股子公司深圳文麻生物科技有限公司(以下简称“深圳文麻”)就是其中的先行者。公司2019年便入局人造肉赛道,致力于植物蛋白产品的研发和销售,旗下拥有植物肉品牌“庖丁造肉”。植物蛋白也是美盈森探索业务增长点的重要方向之一。

对此,2月29日,《证券日报》记者采访了深圳文麻(美盈森植物肉品牌公司)CEO李长吉。

## 综合考量口感、营养等因素

李长吉表示,目前人造肉产品主要分为两类:细胞基人造肉与植物基人造肉。现阶段细胞基还处于实验室阶段,且成本高昂,无法实现大规模商业化;而植物基在原料、工艺、加工成本等各方面均更为成熟,完全具备商业化的条件。李长吉介绍,植物基人造肉由来已

久。“素肉”就属于一种古典的“人造肉”。以素仿荤的素鸡、素鸭、素鱼等食物,最早可以追溯到宋朝。“目前的植物基人造肉,可以说是从原材料、制造工艺、科技含量等方面对传统‘素肉’的全面升级。”

对于消费者来说,口感、营养、成本和安全性是挑选食物时考量的关键要素。李长吉称,上述要素人造肉都在逐步“补齐”。

具体来看,一是口感。“经过行业10多年的发展,人造肉和普通动物肉的口感已经非常接近,可以达到90%的相似度,如果做成菜肴,将更加逼真。”李长吉表示。

二是营养。李长吉认为,相比动物肉,植物肉反而更有优势。“植物肉蛋白质的含量更高,且是零胆固醇、零反式脂肪酸的。此外,还会加入omega-3、钙、铁等营养物质,更容易被人体吸收。”

都非常合规,相对来说,动物肉反而存在疫病、激素、抗生素等健康风险。

目前,深圳文麻已建立起较为完善的产品矩阵,涵盖中西餐,包括植物蛋白牛排、植物蛋白臻香肉丸、植物蛋白酥香鸡块、植物蛋白肉碎、预制广式点心系列、蛋白粉、健康零食系列及月饼等。目前公司合作的餐饮门店已多达100家。

李长吉介绍,下一步,公司会在做好食材的基础上,布局垂直领域的应用,比如,针对病人群、三高人群的术后恢复,解决其不能吃肉的问题。此外,也会在植物肉预制菜领域积极探索。

## 市场前景广阔

目前,我国人造肉市场尚处于蓝海阶段,竞争格局较为分散。但在巨大市场前景吸引下,传统食品巨头也纷纷下场,包括双塔食品、双汇发展、新希望、金宇火腿、雨润食品等。

相比市面上的其他企业,李长吉分享了深圳文麻独特的竞争优势:首先,深圳文麻在国内人造肉赛道入局最早,公司于2019年召开了国内第一场植物

肉正式的发布会与品鉴会;第二,公司一直与该领域的顶尖院校江南大学有密切合作;第三,公司有独特的技术优势,普通植物肉品牌都是用大豆、豌豆这些常见蛋白作为原料,而公司有独创的火腿仁蛋白,其跟大豆蛋白结合能达到更好的口感。

此前,头豹研究院从消费者体验感、营养成分、品牌力、渠道力、购买力、创造力等方面,对多个品牌植物肉进行了测评,结果显示,在营养价值方面和综合得分方面,深圳文麻的“庖丁造肉”力压所有植物肉品牌,排名第一。

据Research and Markets公布的数据,2020年全球植物性人造肉市场规模约为136亿美元,预计到2027年全球植物性人造肉行业市场规模有望达到350亿美元,2020年至2027年年均复合增长率达14.4%。

面向未来,李长吉表示,坚定看好人造肉的市场前景,蓝海市场正徐徐打开。



# 阿里云全线下调云产品价格 最高降幅55%

本报记者 谢 岚  
见习记者 梁傲男

2月29日,阿里云宣布全线下调云产品官网售价,100多款产品,500多个产品规格的官网价格平均降低20%,最高降幅55%,新价格即日起生效。

比较来看,本次降价具有3个特点:“两个最,一个首次”,即参与产品范围最大,受益群体最广,也是首次让利给客户存量订单的未履约部分。中国移动通信联合会区块链与数字经济专业委员会主任委员、首席数字经济专家陈晓华在接受《证券日报》记者采访时表示:“云计算提供商通常会通过规模经济来降低成本,并将红利传递给客户,虽然短期难免会影响云市场定价,但从长远角度来看,这将进一步扩大云市场总体规模,降低中小微企业用云、上云的使用门槛,普惠技术红利,推动企业数字化转型。”

具体来看,根据阿里云官网报价数据,此次降价清单中,云服务器ECS最高降36%、对象存储OSS最高降55%、云数据库RDS最高降40%,均是云上用户使用频率最高的核心产品。

“阿里云降价并非短期市场竞争行为,而是一个长期战略选择,这是公共云的商业逻辑决定的。”阿里云智能集团资深副总裁、公共云事业部总裁刘伟光表示。

据记者梳理,这是阿里云不到一

年之内第二次大幅降价。此前在2023年4月26日,阿里云宣布启动大规模降价,核心产品价格全线下调15%至50%,存储产品最高降50%。

刘伟光表示,云计算是一个具备网络效应和规模效应的商业模式。用的客户越多,供应链采购成本、均摊研发成本和资源闲置成本就越低。因此,用阿里云的客户越多,规模越大,云的价格就会越便宜;而随着规模的不断扩大,技术的红利就会持续被释放出来回馈客户。

值得一提的是,2月7日晚间,阿里巴巴集团公布2024财年第三季度业绩。阿里云该季度营收同比增长3%至280.66亿元,经调整利润同比大增86%至23.64亿元,创下新高。

财报显示,阿里云聚焦“AI驱动、公共云优先”策略,通过减少利润率较低的项目式合约类收入,持续提升收入质量。该季度,这一策略收获积极成效,公共云产品及服务收入健康增长,带动盈利能力提升。

“未来,云一定是企业和开发者的首选,技术创新一定优先诞生在云上。”刘伟光向《证券日报》记者介绍,企业使用公共云架构,调度效率更高。绝大部分客户的业务场景是有业务量起伏的。云计算提供的弹性能力,可以让客户根据需要采用常态化与弹性相结合的开通方式,应对不同时段的需求,实现平均资源持有量的明显下降。“以更少的资源消耗实现更好的业务运行效果,这就是公共云的价值。”