

# 定价21.59万元起的小米汽车正式亮相 比亚迪等国内新能源汽车厂商均表欢迎

■本报记者 向炎涛 龚梦泽

本就竞争激烈的新能源汽车市场迎来了新入局者。3月28日晚,小米集团创始人、董事长兼CEO雷军终于带着首款小米汽车SU7正式亮相。

往前回溯,2021年3月30日,小米正式官宣造车。2023年12月28日,雷军通过一场小米汽车技术发布会把小米SU7的参数配置公之于众。而3月28日晚刚刚举行的这场发布会,小米汽车的价格无疑是最大的悬念。当晚,在讲解了1小时40多分钟后,雷军终于公布了小米汽车的价格,定价21.59万元起。

除了价格之外,3月28日的发布会上,“蔚小理”的齐聚也成为焦点。在现场,雷军请来了蔚来汽车创始人李斌,小鹏汽车创始人何小鹏以及理想汽车创始人李想。此外,长城汽车董事长魏建军和北汽集团董事长张建勇也到场支持。

“造车真是太难了,难到连苹果这样的巨头都放弃了!”雷军称,把这些造车前辈们请到现场,是向他们致敬。造车这三年,自己每天都战战兢兢,也拜访了多家造车企业,深知造车不易。

而当晚,比亚迪、长城汽车、理想汽车、小鹏汽车等多家新能源汽车企业在官方账号发文,欢迎小米汽车入场。对此,雷军在微博回应:“谢谢,谢谢!”

## 研发投入超100亿元

雷军称,小米SU7的目标是造一台50万元以内最好看、最好开、最智能的轿车,更是一台高品质的车。

据介绍,小米SU7有三个版本,其中标准版支持700公里续航,采用纯电视觉方案,定价21.59万元。Pro版续航830公里,搭载一颗激光雷达,定价24.59万元。Max版本拥有2.78秒零百加速,对标保时捷,定价29.99万元起。

雷军此前在接受采访时透露,小米SU7的研发投入超过100亿元,工程师超过3400名。根据小米集团2023年财报,去年其在以汽车为主的创新业务上的费用投入高达67亿元。

中国自动驾驶产业创新联盟调研员高超在接受《证券日报》记者采访时表示,小米的产品从智能手机出发,到可



小米汽车北京东方广场店顾客络绎不绝

向炎涛/摄

穿戴设备、智能家居,再到智能制造、智能电动汽车,其产品体系正在构建不断延展的科技场景以及智能终端和服务。小米不断融合进化的技术体系生态,有望成为其在激烈的整车市场弯道超车的砝码。

“小米本就是一家工业综合体,雷军又是投资人出身,我认为小米在手机领域积累的很多能力可以复制。”中国乘用车产业联盟秘书长张秀阳表示,小米汽车的诞生是中国汽车产业快速增长和变革的集中体现,对于国内新能源汽车厂商来说,与其说小米是对手,更像是战友。进入新能源汽车时代,中国汽车企业终于有机会团结

起来,携手前行。

## 门店顾客络绎不绝

3月28日下午,《证券日报》记者来到了小米汽车北京东方广场店。记者注意到,在该商场其他汽车品牌门店稍显冷清的情况下,尽管是工作日,前来小米门店了解小米汽车的顾客络绎不绝。

记者在现场看到,该门店一共摆放了五台小米汽车,一共两个版本,分别是标准版和Max版本。此外,现场展示的车型共三个颜色,工作人员介绍称,发布会上还会有更多颜色发布。

由于彼时小米汽车发布会尚未召

开,虽然多位顾客对小米汽车内饰感到好奇,但工作人员表示,还不能打开车门,只能观赏汽车外部。

在门店,价格也是大家讨论得最多的话题。有“米粉”举着手机边拍摄边说:“9.9万元交个朋友”;也有“米粉”在接受《证券日报》记者采访时表示:“看这配置,我觉得中低配不会低于25万,太低说不过去,但太高的估计也会面临特斯拉的竞争。”

问及试驾,工作人员表示,发布会结束后,将开启试驾端口,目前报名试驾的人比较多,首批试驾可能会安排已经订车的客户,甚至不排除一辆车安排两组试驾。

# 小米驶入汽车战场胜算几何?

■龚梦泽

3月28日,一场关注度空前的发布会,一次诚意十足的报价,让汽车行业迎来了小米这位跨界巨头的正面冲击。对于小米汽车是否有机会在未来的汽车战场中占有一席之地,业界议论纷纷,支持者众多,反对声亦不少。对此,笔者想以指挥打仗为例,从一个不同的视角分析小米汽车的综合战力,作为跨界者其到底胜算几何?

以作战流程类比,作为进攻方首先要有一定制定战略、指挥作战的军事将领。从小米汽车来看,这位作战将领自然非雷军莫属。犹记得在小米官宣造车的那一天,雷军站在台上坚定地表示:“这是我人生最后一次创业,我愿意押

上我全部的声誉,为小米汽车而战。”过去这三年,雷军的肉身力行地深度参与了小米汽车项目,以超强的用户洞察和智力体力陪同小米汽车一路向前。可以说,雷军既是创始人,也是小米SU7的产品经理兼用户体验官,这种三位一体的融合定位成为了小米汽车有望脱颖而出的必要条件。

战局拉开之后,前期的轰炸清障可以看作是抢占消费者心智高地的关键。

在当下的汽车行业中,竞争正在从供给侧转向需求侧,在“以产品为中心”向“以用户为中心”过渡的大背景下,消费“主权”也回归到用户端,抢占消费者心智资源将成为决定胜负的关键。而在这方面,小米具有得

天独厚的优势。事实上,小米巨量的用户基数号召力,已经让业内多次致敬。比如,一场技术发布会,便占据热搜榜前列;仅是关于产品定价的猜想,便成为常刷常新的流量话题。

如果说争夺消费者心智是战前的炮击和轰炸,那么产品定价和供应链整合可算是正面冲锋的短兵相接。

目前来看,小米汽车并不打算以极致性价比的模式复制其在手机行业的成功。毕竟汽车行业的通识是:技术下放易,品牌向上难。作为小米汽车开山之作,小米SU7承担着打开高端品牌市场的重任。据悉,小米汽车第一款车型SU7就投入了3400名工程师。种种迹象表明,小米正在通过技术加持和精工细料全力打造

SU7,这是小米汽车对自身产品定位的重新厘定和考验。

产品定位是对外的用户洞察能力,供应链整合能力则是企业的内功。早在2014年,小米就开启了生态链模式。而自宣布造车至今,小米系资本更是投资了智能座舱、传感器、自动驾驶、锂电池等公司,覆盖汽车上下游产业链。凭借在智能手机等领域积累的客户资源和产业链整合能力,确保供应链的稳定和高效。

综上,凭借创始人热忱、消费者心智竞争和产品定位与供应链整合,对于小米来说,在汽车市场立足的第一战似乎准备充足。然而,面对竞争激烈的国内车市,未来战局走向如何,恐怕还要等待市场给出最终答案。

# 天味食品2023年营收净利双增长 2024年计划净利同比增长不低于20%

■本报记者 舒娅娅

3月28日,天味食品披露2023年年报,报告期内公司实现营业收入31.49亿元,同比增长17.02%,归属于上市公司股东的净利润为4.57亿元,同比增长33.65%。同时,天味食品大方出手回报投资者,拟推出每10股派息4元(含税)的分红方案,现金分红总额达到4.23亿元(含税)。

当日下午,天味食品召开2023年度业绩说明会,公司盈利提升状况、2024年业绩目标和未来经营策略等问题受到投资者关注。

作为全国首家复合调味料A股上市公司,天味食品的产品包括火锅底料、菜谱式调料、香辣酱等100多个品种,主营业务涉及传统零售、新零售、餐

饮定制三大板块。2023年,火锅调料、中式菜品调料、香肠腊肉调料业务分别为公司贡献营业收入12.22亿元、15.19亿元和2.96亿元,同比均实现增长,上述三类产品的毛利率分别达到33.81%、38.66%和53.58%,同比均实现了提升。

谈及2023年主营业务毛利率提升的原因,天味食品高管在业绩说明会上表示,这主要缘于原材料综合采购成本下降、产品结构变化和精细化管控带来的生产效率提升。

据悉,天味食品在2023年积极打造智慧运营管理系统,建立数字化运营支撑能力,同时推进营销多元化布局、持续深耕渠道,而在研发创新方面,公司新产品精准开发能力在2023年迈上新台阶。

“以火锅等为代表的下游餐饮消费

市场需求旺盛且多样化,同时叠加原材料价格下跌等因素,带动天味食品在2023年实现了营收、净利润双增长。”传播星球App专家程宇向《证券日报》记者表示,天味食品在2023年取得的亮眼业绩来之不易,但同时需关注2024年市场需求变化所带来的新挑战。

从复合调味品的下游市场来看,C端消费需求在近年来呈现多样化的特点,消费者在性价比之外,对于食品安全、产品品质、品牌效应等方面愈发关注。需求的变动和行业的发展,促进复合调味品的产品结构向高端化、健康化、年轻化方向发展,产品的细分化趋势也日益明显,此外,产品创新速度加快,市场集中度不断提高,渠道运营多样化等趋势,也在推动企业不断优化运营,从而取得竞争优势。

广东省食安保障促进会副会长朱丹蓬向《证券日报》记者表示,复合调味品市场未来总体发展趋势向好,天味食品是行业内的代表公司,增强全国化运营和产品创新力度,将是公司进一步强化竞争优势和优化发展的重要手段。

天味食品认为,未来随着城市化的持续推进、消费者对各类调味品的需求不断增长以及复合调味品使用范围更广,预计复合调味品“将较其他类型的调味品有更高的增长”。2024年,天味食品计划营业收入同比增长不低于15%,净利润同比增长不低于20%。公司在业绩说明会上表示,2024年的经营策略将集中在4个方面:产品创新、降本提效、深化战略执行和推动激励机制改革。

# 中联重科去年归母净利增逾五成 拟分红超27亿元

■本报记者 何文英

3月28日晚间,中联重科发布2023年年度报告。报告期内,公司实现营收470.75亿元,同比增长13.08%;实现归母净利润35.06亿元,同比增长52.04%;扣非归母净利润为27.08亿元,同比增长109.51%。同时,公司拟每10股派发现金红利3.2元(含税),合计分红金额超过27亿元,分红率高达约80%。

中联重科相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示:“2023年,公司持续做优、做强、做大传统优势板块,培育壮大高速增长的新兴板块,工程机械产业的所有板块均实现正增长,成长动能强劲。”

年报显示,公司传统优势板块起重机械收入192.9亿元,同比增长1.6%;混凝土机械实现收入86亿元,同比增长1.6%。土方机械、高空机械、矿山机械等新兴板块竞相突破,市场地位显著提升。其中,土方机械收入66.5亿元,同比增长89.3%;高空机械收入57.1亿元,同比增长24.2%。

同时,中联重科正在有序推进子公司中联高机注入上市公司路畅科技,交易完成后中联高机将进一步提升资金实力,抢抓战略发展机遇充分实现高质量发展。

中联重科全球市场布局也在进一步完善。截至2023年末,公司在全球先后建设30余个一级业务航空港、350多个二级网点,网点建设从区域中心下沉至重要城市,产品覆盖超140个国家和地区。

在全球布局的战略体系下,中联重科海外业务呈现出强劲增长态势。2023年公司实现境外收入179.05亿元,同比增长79.2%,境外收入占比进一步提升至38.04%,创下历史新高。

通过强化供应链体系建设

等多项降本举措,将极致成本转变为稳定、可持续的竞争优势,在中联重科的年报数据上亦有着直观体现。2023年,公司毛利率为27.54%,同比提升5.7个百分点;净利率8.01%,同比提升2.28个百分点;加权平均净资产收益率6.41%,同比提升2.28个百分点。

据上述负责人介绍,中联重科持续提升全要素生产率,实现经营质效全面提升。公司不断在5G、工业互联网、云计算、大数据、生成式人工智能等核心新技术领域取得突破,大数据、云计算等数字化技术发明专利申请量行业排名第一。

以中联智慧产业城为例,其深度融合了人工智能、智能制造技术与智能装备,打造智能化、柔性化、绿色化的智能产线;创新应用智能控制算法与数字化系统,将先进智造技术研究成果快速转化应用,构建高效、协同的智能工厂,大幅提升了生产计划达成率、生产效率、发货准时率。目前中联智慧产业城产品合格率接近100%,生产运营成本降低25%,生产交付周期缩短52%。

在高质量发展的同时,中联重科也以大比例现金分红与股东共享发展成果。2023年度,公司拟向全体股东派发现金红利合计超27亿元。资料显示,自上市以来,不包括本次分红,中联重科已累计分红超25次、分红金额超235亿元,历史整体分红率约为42%,股息率长时间以来一直处于行业领先水平。此外,近5年公司还持续开展大规模股份回购,合计回购金额近48亿元。

上述负责人表示,中联重科在实现自身高质量发展的同时,也高度重视回报全体股东,持续提升广大投资者的获得感。未来公司将持续与投资者共同分享发展成果,助力中国资本市场稳定健康发展。

# 塔牌集团去年净利同比增178.55% 同步探索第二增长曲线

■本报记者 丁蓿

在水泥市场需求萎缩的背景下,塔牌集团成为行业“模范生”,2023年净利润实现高速增长。根据塔牌集团年报,2023年公司实现营业收入55.35亿元,同比下滑8.29%;实现归母净利润7.42亿元,同比增长178.55%。

3月28日下午,塔牌集团举行业绩说明会,公司董事长钟朝晖在回答《证券日报》记者提问时表示:“公司2023年净利润大幅增长,一方面是由于加强了市场端管控和建设,另一方面是由于公司继续加强内部经营管理工作,扎实推进降本增效工作,水泥主业盈利能力提升。同时,证券投资浮亏减少,多重因素叠加使公司业绩实现增长。公司通过设立两家企业来布局新能源、益生菌等领域,目的在于探索第二增长曲线,目前尚无实质性和突破性进展。”

根据数字水泥网数据,2023年全国水泥市场需求萎缩,全国规模以上企业累计水泥产量约20.23亿吨,同口径数据来看同比下降0.7%,按照全口径产量基数计算同比下降约4.5%。全国水泥行业利润总额约为320亿元,同比下降约50%。

塔牌集团是广东省规模较大、综合竞争力较强的水泥龙头企业之一,现有广东梅州、惠州、福建龙岩三大生产基地。公司深耕水泥行业50多年,水泥产品在粤东市场占有率较高。

目前水泥行业存在一定的产能过剩,市场竞争激烈。塔牌集团长期以来重视工艺提升,产线先进,经营效率领先,成本管控优秀,让公司保持较强的盈利韧性。易居研究院研究总监严跃进在接受《证券日报》记者采访时表示:“水泥行业将逐步出清低效产能,优胜劣汰竞争格局下,具有技术、效率的企业有望强者恒强。”

对于2024年水泥市场需求的研判,钟朝晖向《证券日报》记

者表示:“水泥下游主要分为基建、地产和新农村建设三部分,预计基建和农村市场需求将保持平稳,关键是地产投资增速能否企稳回升,从而对水泥需求形成支撑。我们注意到,近段时间以来房地产市场出现了一些积极变化。公司将密切关注市场动态变化和发展趋势,争取创造更好的经营业绩。”

近年来,国内水泥公司为寻求业绩增长,纷纷探索第二增长曲线。如塔牌集团在水泥主业之外的新能源、益生菌等领域布局。

据悉,塔牌集团已经布局光伏领域,通过使用清洁能源来降低企业用电成本。截至2023年底,塔牌集团的光伏发电装机容量约36MW,光伏发电电量占公司全年用电量比例接近4%。目前塔牌集团正在加快各水泥生产企业原材料堆棚屋顶分布式光伏发电项目的实施进度,进一步扩大光伏发电装机规模。但仅靠光伏发电还不能够完全满足自用,公司除扩大光伏发电装机规模外,于2023年末利用储能电站设备价格快速下降的时机加快推进各水泥企业用户侧储能电站的建设。

塔牌集团于2023年10月11日设立了广东塔牌新能源发展有限公司,主要探讨新型储能电站等的投资运营业务。

此外,塔牌集团还设立了广东塔牌生物科技有限公司,主要是探索功能性益生菌产品的研发与生产、销售等业务。功能性益生菌作为一种对人体有益的微生物,近年来在健康产业中受到了广泛的关注,塔牌集团计划通过和产业内有竞争力的科研院校合作,为消费者提供高质量的功能性益生菌产品。

科方得智库研究负责人张新原向《证券日报》记者表示:“在需求下降和竞争加剧的环境下,企业探索新的增长点,打造第二增长曲线,将有利实现长远发展。”