

“了解我的上市公司——走进蓝筹”
系列报道之④

广汽集团：智能飞跃“出海”加速

■本报记者 李雯珊

中国汽车业正经历以智能化为核心的变革。对于已成立逾27年的广汽集团而言，更需要在行业变化当中不断与时俱进，增强技术实力，提升制造能力和挖掘创新潜力。

近日，中证中小投资者服务中心组织“了解我的上市公司——走进蓝筹”系列活动，《证券日报》记者和投资者一起走进广汽集团旗下广汽埃安智能生态工厂，探寻广汽集团“科技化、智能化、国际化”的转型发展新路径。

智能造就飞跃式变化

走进位于广州市番禺区的广汽埃安智能生态工厂，车间宽敞明亮，多条生产线有序运转，工业机器人交错挥舞着灵活的机械臂，熟练地将不同汽车零部件精准安装在车架上。只需53秒，一台崭新的新能源汽车就能“驶”下生产线。

2023年，世界经济论坛公布新一批全球“灯塔工厂”名单，广汽埃安智能生态工厂位列其中。今年8月初，广汽埃安高端品牌昊铂超跑SSR海外版正式下线，自此中国超跑实现首次批量“出海”。踏入广汽埃安智能生态工厂，映入眼帘的是多辆科技感十足的新能源电动汽车。其中，一辆红色的昊铂超跑SSR扬起蝶翼门停在“C位”，颇为抢眼。

如果说新能源、电动化是汽车行业“上半场”变革的关键词，那智能化就是引爆这场变革“下半场”的关键点。

据悉，广汽集团自2013年起布局智能驾驶系统研发，已具备从L2到L4的中、高算力平台开发能力，覆盖超跑、城市NDA、Ro-

botaxi无人驾驶等技术和功能，实现了从L2到L4全栈自研开发。

今年4月份，广汽集团发布“智行2027”行动计划，该计划的核心目标是在2027年实现搭载L4级别自动驾驶技术的车辆量产。为达成此目标，广汽集团将依托三大技术基础——广汽AI大模型平台、广汽星灵电子电气架构和广汽网联大数据平台，推动智能驾驶和智能座舱的快速优化。

“虽然整体策略上，广汽追求全栈自研、自主可控，但这并不意味着所有的事情都是自己做，一些共性的、基础性的内容，我们还是会选择和生态伙伴合作。”广汽集团董事会秘书刘祥能表示，广汽集团正在深化与华为的合作，今年3月份，广汽传祺成为首批加入鸿蒙生态的汽车品牌之一。

发力智能化的同时，基于新能源汽车领域的技术积累，广汽集团在立体出行、低空经济等方面也有更多探索。广汽集团旗下广汽研究院正着力研究飞行舱如何与新能源汽车形态更好融合，开展航程更远、载人更多的复合翼构型飞行汽车的开发，以满足粤港澳大湾区内150公里的城际出行需求。

刘祥能透露，目前上述飞行汽车产品正处于推进工程落地的阶段。未来广汽集团将加快“飞行+汽车”新模式的产业化落地，最终构建一个由智能新能源汽车、飞行汽车组成的城际立体化交通出行网络。

加快国际化发展步伐

今年以来，汽车市场竞争异常激烈，广汽集团的总体销量并未如此前那样“一路高歌”，广汽埃安亦然。“上半年我们的产销遭遇一定的压力，目前我们在积极施策，希望能



图①②③广汽埃安智能生态工厂 图④广汽飞行汽车GOVE 公司供图

够尽快改善这一局面。”刘祥能表示，广汽埃安将从持续强化品牌调性、主动作为应对价格战、降低成本提高盈利能力等三个方面发力。

2022年，基于广汽埃安原有的体系，广汽集团发布了高端豪华电动车品牌昊铂。自去年以来，市场竞争比较激烈，昊铂的发展遇到了挑战。刘祥能说：“作为一个新品牌，昊铂能一举成功固然很好，但接受一些挑战也不一定是坏事，未来发展或将会更稳健。”

此外，面对当下国际化发展机遇，广汽集团积极布局，加快“出海”步伐，2023年出口超7.5万辆，同比增长130%。今年上半年，广汽集团出口汽车6.8万辆，同比增长190.2%。

目前，广汽集团已初步实现整

车出口与本地化运营“两条腿”走路，泰国、马来西亚、尼日利亚等整车KD工厂已投产，印尼工厂也将于今年投产；完成了中东、非洲、东南亚、东欧5大板块、68个国家和地区的市场布局。

刘祥能介绍，自去年开始，广汽集团不断强化国际化战略，目标是在2030年实现出口50万辆。围绕2024年全年海外销量超15万辆的任务，广汽集团将拓展销售网络，在去年年底已搭建近200个国际销售网点的基础上，今年再增加约300个销售网点，以实现全球布局500个国际销售网点的目标。

据了解，广汽集团依据不同市场区域对本地化生产的要求，采取不同的合作方式。例如，

在本地化要求比较低的国家，将采取DKD(整车完整组装)的方式；在本地化要求较高的国家，则采取SKD(半散件组装)或者CKD(全散件组装)的方式。

刘祥能进一步表示，广汽集团还将整合集团各板块“研、产、供、销、服”等资源，联合合作、集约发展，全力打造全球畅销车型，实现重点市场突破，加快推进东盟国家其他项目，并同步研究欧洲、非洲和拉美市场本地化的可行性，推动当地汽车产业融合发展。

接下来，广汽集团将继续发挥我国汽车产业优势，强化产业协同，加快研究开展在海外的本地化生产，从“走出去”真正转为“走进来”，扎根海外市场，打造“全球车企”。

加速整合提质 深市并购重组持续活跃可期

■本报记者 毛芝融

日前，国信证券公告称与深圳市资本运营集团有限公司签署协议，拟收购其持有的万和证券53%股份。

今年以来，上市公司并购重组的政策暖风频吹。新“国九条”明确提出，“鼓励上市公司聚焦主业，综合运用并购重组、股权激励等方式提高发展质量”。证监会召开学习贯彻二十届三中全会精神暨年中工作会议时强调，更好发挥并购重组的作用。

据不完全统计，2024年以来，深圳证券交易所市场(以下简称“深市”)已有70家公司披露重大资产重组进展。在政策的鼓励支持下，上市公司并购重组进入活跃期，并呈现出深耕产业链上下游、围绕主业开展转型升级等特点。

行业并购整合提速

并购重组作为企业外延式发展的重要方式，是上市公司优化资源配置、进行转型升级的重要手段。

年初，深圳国资旗下上市公司盐田港作价百亿元完成对深圳市盐港港口运营有限公司的收购。该次重组将深圳港集团现有港口类优质资产注入上市公司，助力实现深圳港集团旗下港口资产的整合，增强上市公司持续经营能力。

7月4日，中钨高新斥资52亿元收购拥有丰富钨矿资源和先进采选技术的柿竹园公司的交易方案，获得国务院国资委原则同意。中钨高新有关负责人表示，作为钨产业运营平台，注入柿竹园公司将增强公司对全产业链条的掌控力。

8月5日，中航电测174亿元收购航空工业成飞集团100%股权注册生效，刷新深市试点注册制以来并购重组项目的交易金额及规模纪录。中航电测向航空工业集团购买成飞集团股权，进入航空武器装备研制生产、民机零部件领域，带来技术、市场及资源的深度融合与互补，成为资本市场精准支持科技创新领域资产并购重组经典案例。

“A控A”助推产业转型升级

今年以来，“A控A”并购案例频现，有力促进企业打通产业链上下游，优化产业链一体化水平，充分发挥协同效应，助推转型升级。

比如，华润三九耗资62亿元收购沪市公司天士力股权，双方合作将提升创新药研发能力，促进公司实现业绩目标，进一步实现在中药产业链的补链强链延链；广东宏大以22亿元收购沪市雪峰科技21%股权，成为其控股股东，扩大在新疆的战略布局。

此外，去年以来深市公司密集披露多单要约收购港股公司的并购案例，如奥瑞金子公司收购中粮包装、新巨丰收购美包装、雅创电子收购威雅利等。这些都反映出资本市场产业整合更趋活跃。

今年2月5日，证监会召开支持上市公司并购重组座谈会时表示，将科学统筹发展与监管、防风险的关系，多措并举活跃并购重组市场，支持典型案例落地见效。

银河证券研究院副院长解学成表示，2024年以来，几大因素叠加为并购重组带来新机遇。从政策端看，伴随支持并购重组政策频出，并购重组市场活跃度有望进一步提升。从产业端看，目前市场为现金流充沛的公司提供了较好的战略并购机会。随着政策的逐步落地和市场环境的优化，科技、制造和医药等行业的并购有望更活跃。

记者获悉，为稳步推进有关并购重组的最新政策落地，深交所正积极加强市场服务工作，通过加强对上市公司、拟上市公司、投资机构、企业集团走访调研以及集中举行并购重组专题培训、举办“创享汇”加强行业信息交流等方式，强化政策宣传和示范案例的推广，引导优质上市公司深耕产业链上下游，借助资本市场实现培育产业增长极、提升核心竞争力，充分发挥资本市场优化资源配置的作用，持续推动新质生产力发展。

深交所表示，下一步，将围绕服务科技创新和推动发展壮大新质生产力，优化重组审核机制，提高重组审核质效，对符合国家产业政策导向、突破关键核心技术企业的并购重组提供高质量的监管服务支持。

“出海”助力业绩增长 多家创新药企上半年“成绩单”亮眼

■本报记者 张敏

创新药“出海”的成果逐渐体现在创新药企的财务报表上。近期，多家创新药企披露的2024年中期报告显示，“出海”助力公司业绩增长。

医疗战略咨询公司Latitude Health创始人赵衡向《证券日报》记者表示，“出海”意味着开拓更大的市场空间，这是药企提升营收的重要方式。

当下，创新药“出海”的方式主要为两种，其一是License out(对外授权)，即中国药企将自身产品的海外权益或全球权益许可给以跨国药企为代表的企业，从而获得首付款和里程碑付款等，这也是当下“出海”的主流方式；其二是自主“出海”，即在海外国家和地区独立开展临床试验，进行产品商业化。

“未来，越来越多的国内药企会掌握在海外进行产品开发的权力。”启明创投合伙人陈侃表示，随着国内创新药研发实力的提升，国

内药企的新药研发水平会受到更多认可。

创新药“出海”成绩斐然

通过license out(对外授权)获得的首付款，助力创新药企收入实现增长。

例如，8月24日，百利天恒发布的2024年半年度业绩报告显示，报告期内，公司实现营业收入55.53亿元，同比增长1685.19%，其中创新药的商业拓展收入53.32亿元。百利天恒介绍：“公司营业收入大幅增长主要是由于收到海外合作伙伴全球跨国药企BMS基于BL-B01D1合作协议的8亿美元不可撤销、不可抵扣的首付款。”

8月21日晚间，恒瑞医药发布的2024年半年报显示，公司创新药“出海”取得成效，成为业绩增长的第二引擎。报告期内，公司已将收到的德国默克公司1.6亿欧元对外许可首付款确认为收入，进一步推动经营业绩指标增长。去年10月

份，恒瑞医药与德国默克公司就PARP1抑制剂HRS-1167达成独家许可协议。

“国际化是长期战略，公司坚持自主研发与开放合作并重，在内生发展的基础上着力加强国际合作，不断优化国际合作模式。目前公司已实现11项创新药海外授权合作。随着公司研发创新实力的不断提升，未来有望与更多全球领先医药企业达成合作，加速融入全球药物创新网络，实现产品价值最大化。”恒瑞医药在回复《证券日报》记者采访时表示。

此外，还有一些创新药企通过创新产品海外上市实现业绩增长。8月7日，百济神州发布的2024年半年度业绩快报显示，2024年上半年，公司实现营业收入达119.96亿元，同比增长65.4%。其中，泽布替尼全球销售额总计80.18亿元，在美国销售额总计59.03亿元，同比增长134.4%。

7月31日，和黄医药公布的2024年中期业绩显示，上半年公司

肿瘤业务市场销售额同比增长140%(按固定汇率计算为145%)至2.433亿美元，其中公司自主开发的抗癌药物吡咯替尼于2023年11月份在美国上市，2024年上半年，该产品在美国市场的销售额为1.305亿美元。

巨丰投顾高级投资顾问陈宇恒向《证券日报》记者表示，“出海”逐渐成为企业实现业绩增长和国际化发展的关键路径。随着国内市场竞争的加剧以及政策的推动，药企纷纷将目光投向国际市场以寻求新的增长点。在这一过程中，企业不仅能够扩大市场范围，还能通过国际合作和竞争提升自身的研发和创新能力。

“走出去”增强竞争力

“未来，对于绝大多数创新药企来说，‘出海’仍有一定的必要性。”陈侃在接受《证券日报》记者采访时表示，一方面，相对来说，海外市场的药物定价会高一些，适应

症针对的人群也有望扩大，因此，“出海”有望获得更高的市场回报。另一方面，创新药企可通过“出海”获得资金，并将其投入到药物研发过程中，促进企业的进一步发展。此外，在跟国际大药企的合作过程中，国内创新药企能学到海外临床设计、靶点设计等方面经验。

“预计中国创新药企将在海外市场取得更多成功，进一步增强中国在全球医药产业中的竞争力和影响力。”陈宇恒认为。

尽管“出海”的案例持续增加，但创新药“出海”并非一路坦途。如何有效“出海”成为业界关心的话题。

君实生物相关人士在接受《证券日报》记者采访时表示，由于法规、文化、对市场熟悉程度等方面因素，国内企业在“走出去”时都可能出现“水土不服”的现象。能否对产品、企业进行准确定位，选择适合的“出海”模式和海外合作伙伴，是关键所在。

