

董秘有话

奥比中光董秘靳尚:

走优势互补合作共赢的“国产崛起”新道路

本报记者 王镜茹

“3D视觉第一股”奥比中光是A股“新兵”,但其十一年的成长历程,却印刻着我国3D视觉产业成长壮大的足迹。随着AI时代到来,3D视觉感知技术下游需求不断增多,行业扩张速度加快。然而,相较于市场份额领先的欧美日厂商,国内由于起步较晚,仍处追赶阶段。奥比中光对于我国3D视觉产业来说,既是先行者,又是领跑者。今年以来,在完成自身业务蜕变的同时,通过“出海”,公司正迈向全球市场的“星辰大海”,助推中国3D视觉产业在全球产业链体系中的跃升。

近日,《证券日报》记者专访了奥比中光董秘靳尚,探寻这家高科技企业打破外资垄断、寻求海内外破局的“升级”之路。

“最重要的是尽快扭亏为盈”

如何将研发投入有效转化为商业落地,是企业绕不开的挑战。

今年以来,奥比中光每季度净利润亏损持续收窄。前三季度,公司实现营业收入3.51亿元,同比增长35.27%,接近去年全年的营收规模;归属于上市公司股东的净利润-6030.65万元,同比减亏68.58%。其中,第三季度实现营收1.38亿元,同比增长46.27%,环比增长14.24%;归属于上市公司股东的净利润-993.34万元,同比减亏86.59%,环比减亏71.81%。

奥比中光业绩改善的主因,是三维扫描及医保核检等下游应用场景的快速落地。

首先,全流程“智慧医保刷脸就医”产品受市场热捧。利用公司提供的3D视觉感知技术,患者仅需“刷脸”便完成就医流程。目前,该产品下游需求旺盛,已在河南、河北、湖北、江西等省份落地。

其次,3D视觉感知技术在三维扫描、建模等场景应用提速。近两年,公司向全球推出三款高精度3D扫描仪产品,并搭载自研芯片及创新光学设计,产品优势、市场开拓效果俱佳。

“最重要的是尽快扭亏为盈。”靳尚表示,公司自上市以来,一直加快新场景推广,持续丰富和优化产品结构,深耕机器人、三维扫描等核心细分领域。当前,奥比中光已能不断找准市场需求和痛点,推陈出新,未来还将诞生更多产品解决方案。

靳尚认为,经营拐点的出现只是公司战略落地的结果之一。得益于多年在创新业务上的培育与布局,公司目前各项举措落地情况均符合预期,



图①奥比中光产品展示 图②记者体验3D视觉应用 图③奥比中光展厅 图④奥比中光大厦

2024年,公司发展正步入快车道。

在机器人领域“做积木、卖积木”

不同于手机、汽车等行业,3D视觉感知行业技术门槛较高。下游客户需要的,不仅是一颗传感器或软件算法,更是一整套解决方案和技术支持体系。打造“机器人与AI视觉产业中台”,是帮助奥比中光达成此目标,且在机器人行业实现跨越式发展的关键。

据悉,该中台建立后,可通过大模型及智能算法研发构建视觉任务执行与训练学习能力,并结合3D视觉传感器,形成自主移动定位导航和避障的多模态视觉感知产品方案。

在公司展厅,记者直观感受到了中台的实际应用。只见一款大模型机械臂,在语音指令下完成了沏茶、插花、滴香薰、播放音乐等一系列复杂任务。而其所搭载的,正是奥比中光自主研发3D相机,可帮助机器人在复杂场景下执行高难度视觉应用。

这为奥比中光工业端应用打开了想象空间。靳尚表示:“在国内服务机器人3D视觉传感器领域,公司市占率已经很高。在服务机器人基本盘稳健增长同时,公司正积极培育第二增长曲线,开拓工业机器人场景,实现分拆、上下料、物流搬运等功能。”

目前,奥比中光已与部分人形机器人客户适配,覆盖智能工厂、仓储物

流、智能巡检等应用场景。今年,公司佛山3D视觉感知产业智能制造基地一期投产。据介绍,该基地重点研究“3D+AI”视觉方案的量产、测试与数字化工厂建设,将进一步扩大3D视觉传感器和激光雷达供给规模。

“你可以把奥比中光看作一家在机器人领域‘做积木、卖积木’的企业,每一块积木就是每一个不同机器人及AI视觉的能力模块,配合厂商需求进行组合搭配。”靳尚表示,随着下游场景覆盖率增加,产品将越来越标准化和规模化,亦会带来一定降本空间。

国产崛起新路:合作方共赢

深厚的科技实力,让奥比中光在与国际巨头同台竞技时亦毫不逊色。

2023年初,奥比中光与微软、英伟达合作,联合制造出3D iToF相机Femto Mega,实现量产。此后又陆续推出Femto Bolt、Femto Mega I等合作产品。至当年8月份,微软授权奥比中光承接该部分业务,原Azure Kinect DK深度相机停产。

至此,奥比中光的Femto Bolt相机成为微软Azure Kinect DK新一代“平替”。性能相近,却成本更低、稳定性更高,且外形更加紧凑、易于安装。

然而,跨国合作并非易事。通常,国际巨头有更强的谈判能力、更严格的品质把控,以及内部解决方案,复杂

度高、压力大。“公司在合作前期投入了大量时间和资源。”靳尚表示,但同时,一旦切入跨国巨头的供应链,就会保持很高的黏性和效率,回报成效亦十分明显。

随着国家支持政策的密集出台,机器人核心零部件国产化率持续提高,但国内厂商研发实力与全球优秀企业相比,仍存一定差距,包括核心技术壁垒待突破、高端产品缺乏、进口依赖严重等。

奥比中光的破题思路是:通过与国际巨头建立稳定的生态合作,带回国内厂商进行替代,公司已迭代多轮。但在国产替代加速的当下,单纯国产替代并非长久之计,只有走优势互补、合作共赢的道路,最大限度发挥自身强项,才能放大企业自身优势,以应对更为激烈的市场竞争。”

奥比中光的成长见证着我国3D视觉产业的发展。展望未来,奥比中光将加快输出产品质量过硬、性能占优的“中国智造”,在突破海外存量市场的同时,深挖业绩增长点,为企业发展提供持续动力。

多公司闲置土地被收储 持续盘活存量资产

本报记者 陈潇

近期,各地在闲置土地收储上持续发力,不少上市公司陆续发布公告,宣布旗下地块被收储。

11月22日,华侨城发布公告,公司全资子公司武汉天创置业有限公司(以下简称“天创公司”)位于武汉市洪山区杨春湖高铁商务区一宗土地约105.32亩,原计划建设成为高端产业聚集的地铁上盖TOD项目。综合考量产业招商及房地产市场情况,政府部门拟通过“收、调、供”联动方式,对该土地进行收储,将原商办为主、住宅为辅的建设指标调整为住宅为主、商办为辅,调规后的土地进行公开市场招拍挂。

华侨城表示,天创公司计划通过招拍挂方式参与调规后的土地竞买。同时,TOD项目已完成规划,具备调规条件。

对于此次本次TOD项目土地收储及重新供地,华侨城表示,若后续公司通过招拍挂竞得土地,将有助于增强公司流动性,改善货源结构,提高公司运营和管理效率,符合公司整体发展战略的需要。同时,如后期未能竞得土地,公司仍能获取收储补偿款,实现商办土地资产盘活。

不仅仅是华侨城,11月13日,越秀地产在公告中透露,公司与广州市土地开发中心签订了广州大干围2宗土地的收储协议,预计可获得约15.29亿元的现金补偿。叠加越秀地产今年8月份和9月份已有两宗地块被收储,越秀地产今年土地收储合计收回约135亿元。

上海易居房地产研究院副院长严跃进对《证券日报》记者表示,土地收储提速,有助于改善房企的资金状况,盘活存量资产。另外,不少地块在完成建设指标调整后,更有利于房企建设好房子,也是推动投资和开工“止跌回稳”的关键。

除了房企土地收储加速,据《证券日报》记者梳理,近两个月以

来,已有美畅股份、安源煤业、奥康国际、科恒股份、日月明等10余家上市公司公告闲置土地收储的新情况。整体来看,收储的土地基本为闲置未开发的土地,收储方则主要为当地的土地储备中心或自然资源局。

例如,11月21日,美畅股份公告称,公司全资子公司曾获得几宗土地用于建设募集资金投资项目“美畅产业园建设项目”“研发中心建设项目”。其中一宗地涉及文物保护单位尚未开工建设,经与西安市自然资源局和规划局航天分局协商,同意由西安国家民用航天产业基地土地储备中心收回该宗国有建设用地使用权,预计收回价款为4000万元,此价格与原始取得的土地款相同。

“近期多家上市公司闲置土地被收储,释放地方政府积极优化土地资源配置的信号。这些土地可以被重新规划利用,满足城市发展和产业升级的需求。不仅有助于促进经济结构调整和转型升级,亦可以为城市提供更多的公共空间、绿地和公共服务设施,提高城市的宜居性和吸引力。”南开大学金融发展研究院院长田利辉在接受《证券日报》记者采访时表示,上市公司如获得现金补偿,亦有助于改善公司的财务状况。

值得一提的是,11月11日,自然资源部发布《关于运用地方政府专项债券资金收回收储存量闲置土地的通知》(以下简称“《通知》”),规定了专项债券收储土地的相关细节。《通知》表示,运用专项债券资金收回收储存量闲置土地,是减少存量土地规模,改善土地供求关系,增强地方政府和企业资金流动性,促进房地产市场止跌回稳的关键举措。

“随着专项债用于收回闲置土地政策的进一步落实和资金的逐步到位,预计会有更多的地方政府和企业参与到闲置土地的收储中来,从而加速存量土地的盘活,同时改善和释放房地产行业现金流。”田利辉表示。

BC技术阵营聚合发力 光伏行业格局或迎变数

本报记者 殷高峰 孙文青

11月22日,第12届bif PV珠海国际峰会在广东召开。此次峰会吸引了隆基绿能、爱旭股份、TCL中环、协鑫科技、帝尔激光等多家企业参与,并围绕BC技术(背接触电池技术)在设计、生产、检测、应用全链条展开讨论。

今年以来,市场对于BC技术的关注度不断攀升。华能集团、中国华电、广州发展、国家电投等国央企陆续发布BC集采标段,也为BC技术打开了国内集中式光伏电站市场,提供了更为广阔的发展空间。

但与此同时,BC技术的成本、市占率问题也一直为行业热议。隆基绿能董事长钟宝申表示:“经过大家持续的努力,BC技术已经到了大爆发的起点。乐观一点来看,BC技术将在未来三年达到50%的市场份额,保守一点,会在五年左右。”

随着光伏电池技术加速从P型向N型升级,近年来,光伏行业掀起N型TOPCon、HJT、BC等技术路线之争。其中,BC作为一种平台技术,可与P型PERC、N型TOPCon和HJT等兼容,形成PBC、TBC、HBC等多种XBC结构。

上海交通大学太阳能研究所所长沈文忠向《证券日报》记者表示:“目前BC技术在国内的影响力越来越大,现在在光伏行业是一个未来方向。除了爱旭股份、隆基绿能之外,其他主流的企业也都在研发,可能在一两年之内实现量产。”

产业链订单增长也反映了企业对BC技术的投入力度。帝尔激光近期发布公告称,公司与光伏龙头企业签署BC电池激光设备及改造合同,合同不含税金额为12.3亿元;广信材料也在接受调研时表示,公司BC电池用光伏绝缘胶已经在下游光伏电池组件企业实现销售并快速增长,随着下游光伏BC电池产能扩张,产销量也将快速增长,将直接带动公司光伏BC电池绝缘胶等光伏胶产品的快速增长。

日前,隆基绿能在自主研发基础上,还与英发德耀、宜宾高新区

签署了年产16GW HPBC电池片项目战略合作协议,三方将加强光伏产业领域合作,并将于2025年建设完成首期6GW产能。此外,隆基绿能和金阳新能源合作生产HBC。英发德耀、金阳新能源与隆基绿能的合作也被视为正式加入“BC阵营”。

“目前,公司正加速推进产业技术的迭代升级,同时也通过技术授权及股权合作的模式,加快BC产能的建设,不断满足市场对BC系列产品的需求。”隆基绿能相关负责人对《证券日报》记者表示。

2024年,光伏行业的主流技术正在向TOPCon技术转变,但随着BC技术的持续成熟和完善,相关企业也在加速布局BC产能和市场推广。

钟宝申表示,过去因为BC的结构和工艺步骤多且复杂,使它的成本一直难以得到有效削减。经过持续的努力,BC技术已经到了大爆发的起点。

目前,隆基绿能已经规划至2025年底,公司BC电池产能将达到70GW(其中HPBC二代产能约50GW),2026年,国内产线全部切换为BC产能。

截至2024年上半年,爱旭股份已经完成了珠海基地首期10GW N型ABC电池及组件产能的建设投产,并完成义乌基地首期15GW N型ABC电池及组件产能的部分建设。同时,该公司已启动济南一期10GW N型ABC电池及组件产能的建设。爱旭股份相关负责人向《证券日报》记者表示,公司远期规划满足100GW左右的客户需要,但是远期规划会结合市场情况和经济效益逐步实施。

随着BC技术的快速发展,原来TOPCon阵营的晶科能源、天合光能、通威股份、晶澳科技也透露了在BC技术领域的研发储备,但TOPCon阵营的多数头部企业仍认为,TOP-Con技术目前性价比最高,是未来几年的主流技术。

爱旭股份董事长陈刚表示,每个企业都在研究BC技术,但做好并不容易,两三年时间把良率、成本、效率做好也是有一定难度的。

东方电缆:海陆业务齐头并进频获大单

本报记者 郭霁霞

今年以来,东方电缆屡获大单。11月22日,东方电缆发布公告称,近期,公司及全资子公司宁波海缆研究院工程有限公司(以下简称“东方海工院”)陆续收到相关通知书,确认公司及东方海工院联合体为相关项目中标人。

公告显示,中标项目为中能建广东院三峡阳江青洲五、七、八500kV直流海底电缆EPC项目、中广核阳江帆石一三芯500kV海底电缆EPC项目、中能建肇庆220kV海底电缆项目及华润连江66kV海底电缆EPC项目。中标金额分别为15.14亿元、17.08亿元、5.48亿元及2.16

亿元,合计中标金额约40亿元。

而在今年7月初,东方电缆还曾公告中标中电建华东院海底电缆项目、英国SSE公司海底电缆项目和Inch Cape Offshore公司海底电缆项目,中标金额分别为0.8亿元、1.8亿元和1.5亿元。

“东方电缆在国内外市场连续中标多个海缆项目,展现了其卓越的市场表现和技术实力。这些成就不仅体现了公司在全球战略布局上的成功,也预示着东方电缆在全球海缆市场中份额的显著提升和持续增长潜力。这些项目的实施,将助力公司业务再上新台阶。”科方得智库研究负责人张新原向《证券日报》记者表示。

宝尊电商:第三季度实现净收入21亿元

本报记者 袁传玺

11月21日,宝尊电商公布了2024年第三季度财报。财报显示,宝尊电商2024年第三季度净收入21亿元,同比增长12.8%,其中电商业务板块和品牌管理板块收入均实现同比双位数增长。非公认会计准则下经营亏损同比实现大幅收窄。

宝尊电商创始人、宝尊集团董事长兼首席执行官仇文彬表示:“公司坚定推进落实战略愿景,在多项转型举措的推动下实现了强劲的收入增长。第三季度是各业务线持续回升向好的关键时期,也充分展现了宝尊电商的战略韧性与适应力。”

电商业务一直是宝尊电商的核心业务板块。第三季度,电商业务收入18亿

元,同比增长13.9%,其中产品销售收入和服务收入分别为4.54亿元和12.74亿元,均实现同比双位数增长。“产品销售收入增长主要得益于美容化妆品类、服务收入增长主要得益于更高需求的数字营销和技术服务。”宝尊电商方面表示。

在渠道方面,宝尊电商抖音渠道继续保持三位数高速增长。截至三季度末,约48.2%的合作品牌与宝尊电商在至少两个渠道上进行了店铺运营的合作。此外,宝尊电商积极布局新兴渠道,在微信小程序和小红书上也取得了高速增长。其中,小红书已成为宝尊电商未来战略重点发展的渠道之一。

宝尊电商的经销业务收入在第三季度首次实现正增长。驱动因素主要为美妆、母婴和家居家装类经销业务均实现了高双位数增长。

“宝尊电商不断丰富品类矩阵,持续提升经销业务整体的抗风险能力。同时,宝尊电商也在不断拓展独家总代理品牌的渠道,构建品牌营销策略。”宝尊电商相关负责人对《证券日报》记者表示。

在品牌管理方面,宝尊电商第三季度品牌管理业务收入为3.3亿元,同比增长10.3%,产品销售毛利率为53%。GAP中国取得近年收入的首次同比回升。自2023年2月份收购GAP中国业务以来,宝尊电商持续推动品牌的本地化转型。目前GAP转型已迈入中期阶段,一系列植根中国策略得到逐步推进。

同时,GAP中国第三季度在产品上做了进一步的细分,通过渠道专供产品推动线上销售的强劲增长。特别在抖音渠道上,GAP品牌参与抖音高光秀场活动,发布全新秋季产品,实现当季抖

音系统48.90亿元,海洋工程13.97亿元。

在订单充裕的背景下,东方电缆正加大力度加强和优化其产能结构。公司不仅在持续推进东部未来工厂的技术改造和产能提升,还积极拓展南方总部建设。今年6月份,东方电缆还与莱州市人民政府签订了《投资合作协议》,计划投资15亿元在山东省烟台莱州市建设高端海缆系统的北方产业基地,进一步增强公司在北方市场的竞争力。

浙江大学管理学院特聘教授钱向劲在接受《证券日报》记者采访时表示:“通过持续的产能提升,东方电缆不仅能够保证现有订单的高效完成,还为未来的市场扩张和订单增长奠定良好基础。”

音渠道线上销售占比超过40%。

在门店方面,GAP中国2024年全年计划新开50家门店,到年底实现店铺总销售面积回升。

宝尊电商相关负责人表示,未来,GAP中国的线下门店扩展将聚焦于在新一线和二线城市中的优质商圈,在这些新兴市场中,宝尊电商也将拥抱合作伙伴,以更好借助本地资源提升销售增长的动力,同时有效地降低市场风险。

“宝尊电商在GAP中国品牌管理上表现优异,通过优化产品组合、整合营销策略、严控折扣等举措,显著提升了GAP的品牌形象和市场表现。”艾媒咨询CEO张毅对记者表示,尽管GAP仍面临品牌转型的挑战,但宝尊电商的介入已为其带来了新的增长动力。