

公司零距离·新经济 新动能

# 兰剑智能：物流“智”远 惟有创新

■本报记者 赵彬彬 王 僊

近年来，每逢电商掀起“狂欢盛宴”，物流业都会经历一次“大考”。而时至今日，“爆仓”等词已几难再闻，其背后是我国智慧物流装备制造制造业的快速崛起，用智能、高效、绿色等关键词表征的新技术，全面赋能现代仓储物流行业。

作为我国仓储物流行业的“学院派代表”，兰剑智能从跟跑到跻身世界一流再到“为世界智仓提供中国答案”，这一路走来的心得与经验是什么？近日，兰剑智能总经理张小艺在接受《证券日报》记者专访时给出了简单而直接的答案：惟有创新。

## 刻在骨子里的创新基因

在兰剑智能“超级未来工厂”的超级物流中心，45米的超高堆垛机，可以以240米/分的超高速实现4500个托盘、4500吨货物的高效堆垛，且在此过程中摇晃幅度不超正负5毫米，这正是中国智慧仓储物流装备制造业所创造“世界之最”中的一个侧写。

“创新早已深刻在兰剑智能的骨子里。”回忆起公司自1993年创立以来走过的路，张小艺对公司的创新理念印象尤为深刻。

“公司创业初期，‘惟有创新’首先体现为一种危机意识。”张小艺表示，兰剑智能董事长吴耀华从事仓储物流自动化行业30余年的技术专家，早在其读研究生期间，就深刻认识到在物流自动化领域，我国与发达国家之间存在的巨大差距。因此，兰剑智能深刻懂得惟有创新才能让公司以及中国的物流行业实现跨越式发展。

“公司创立后的第一个十年里，这种‘惟有创新’的危机意识愈加紧迫。我们曾经做了各种尝试，包括跟一些外资企业合作，但合作过程中，我们更充分意识到外国技术的先进性，与我国行业自有知识产权的薄弱。而且在与外资企业合作期间，公司只能参与到一些最基础的环节和比较低端的服务中，这也激起了‘兰剑人’的斗志。”张小艺说。

于是，兰剑智能在公司创立后的前十年，不断学习和积累、融汇先进技术与经验，为客户提供物流系统解决方案的咨询服务。随后，公司以此为基础，在第二个十年正式进军仓储物流装备研发生产领域。

“契机则是彼时中国烟草行业‘工商分家’改革后迎来了公司发展的黄金十年。”张小艺介绍，烟草行业“工商分家”后，商业领域对于如何打通供应链条一筹莫展，而兰剑智能通过梳理整个业务流程，再根据客户实际需求做研发，进而完成了特定商品（卷烟）自动化拣选系统等解决方案。经过多次技术迭代，兰剑智能这套拣选系统的效率，已经从最初的1000条/小时提升到现在的3万条/小时。

“在这个阶段，公司对‘惟有创新’的理念有了进一步深化，即惟有贴合市场和客户的实际需求，来不断开拓新技术、新应用，才能真正系统地解决客户的问题。”张小艺说。

也正是通过这一阶段的创新积累，自2013年始，随着国民经济的快速发展，企业规模的逐步扩大以及新兴行业的不断涌现，兰剑智能的智能仓储物流自动化系统业务逐步向电力、医药、电子商务、规模零

售（快速消费品）等行业拓展。

“虽然我们涉足的行业众多，但这背后实际上是我们将核心产品、技术和软件与各行业仓储物流需求的深度融合，通过打破传统的固定思维模式，为不同领域提供定制化的解决方案。”张小艺说。

而在2016年与唯品会达成战略合作后，兰剑智能开启了智能仓储物流自动化系统自动化代运营的服务新模式，也成功实现了向智能仓储物流自动化系统全流程解决方案提供商的转型。

## 以动物命名物流设备

走进兰剑智能位于山东临邑的基地，就如同来到了科技感十足的“超级未来工厂”，而当记者听到那些以动物命名的物流设备，又仿佛置身于一个“钢铁物流动物世界”。

蜂巢式订单储分系统，运行起来就像有300只蜜蜂在蜂巢一般的立体货架上来回穿行工作；众多小型的AGV搬运车像“蚂蚁”一样，能自动实现物料在平面场地的快速搬运；伸出长长登车桥的智能装卸车机器人被形象地称为“亚洲象”；提供全新一代“货到人”解决方案的料箱机器人，由于可以灵活地在不同维度的平面上移动，被命名为“壁虎”……

张小艺坦言：“用动物来命名，既可以带来直观的印象，也可以凸显公司产品特点，既高效又有趣，能让客户一下子就记住，这也是公司‘惟有创新’的一个表现。”

事实上，仓储物流行业服务的领域十分广泛，而每个领域客户的需求都具有独特性。在这样的背景下，行业不仅要能够满足客户的个性化定制需求，还需不断地进行创新。只有通过持续的技术创新和灵活的服务适应性，才能在竞争激烈的市场中稳固优势地位。

探访公司中试车间时，记者注意到一款最新推出的料箱机器人，它被命名为“蜘蛛”。只见这款机器人从货架巷道一头移动到另一头，将料箱缓缓伸缩下降至货架纵向的特定位置，像一只蜘蛛顺着蛛丝下滑的样子，轻松实现货物的运输。

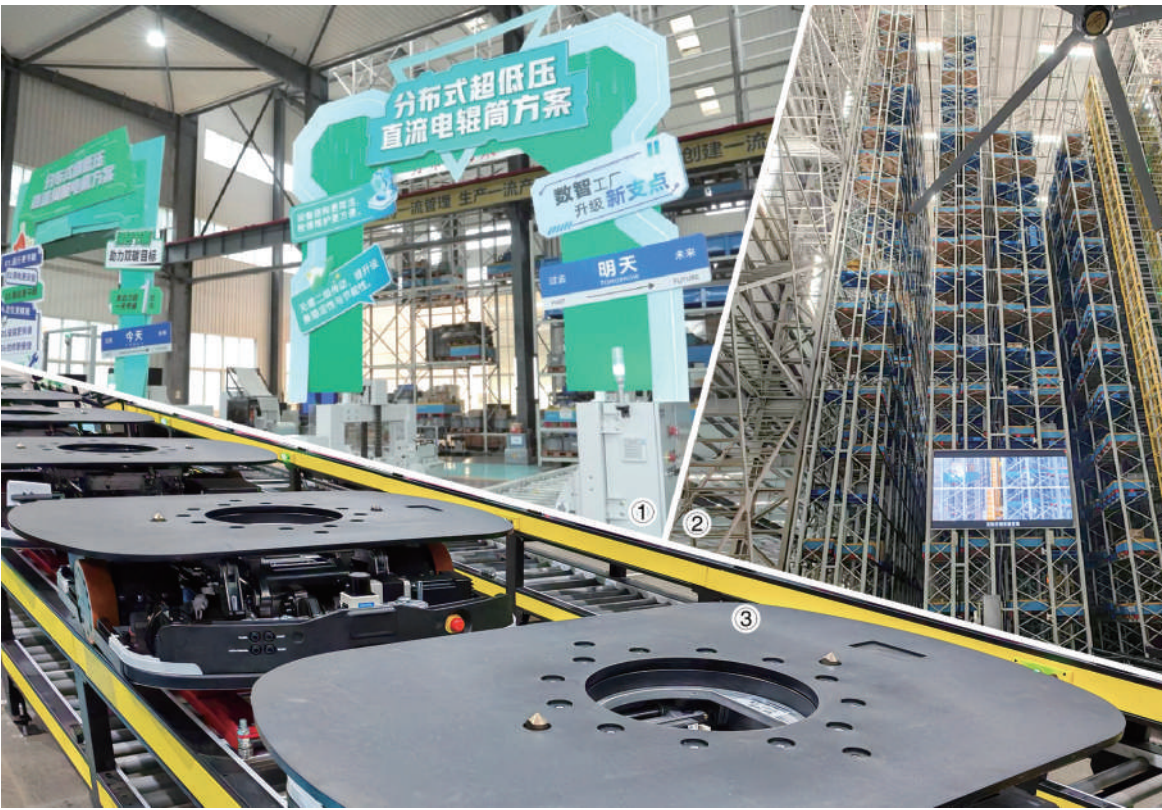
中试车间现场工作人员向《证券日报》记者表示，和传统多穿系统相比，“蜘蛛”能够覆盖整个巷道甚至多个巷道的出入库作业，极大增强了操作的灵活性和效率，“相比于其他料箱出入库机器人，‘蜘蛛’的存储量更大，对货架及地面的要求也更低，适合很多既有仓库的智能化改造。”

张小艺表示，虽然智慧仓储物流行业是一个朝阳行业，但竞争已经非常激烈，兰剑智能不想打恶性的价格战，“我们一定要在竞争中找到独创的差异化产品和系统，公司的技术研发团队也无时无刻不在想着如何快速响应并满足客户的需求，以适应越来越激烈的行业竞争。”

## 海外业务进入收获期

“低碳、高效已经成为各行各业追逐的目标。谁能在绿色发展、提高效率等方面提供更优的解决方案，谁就将在竞争中胜出。”张小艺表示，兰剑智能坚持将创新放在最优先的位置上。

数据显示，2019年以来，兰剑



图①兰剑智能分布式超低压直流伺服电机方案  
图②兰剑智能的45米超高堆垛机和35米超高多穿系统  
图③兰剑智能的AGV生产线

智能每年的研发费用占营业收入的比重都超过8%，2024年前三季度的研发费用达到0.83亿元，同比增长45.59%。

研发的持续高投入也带来了技术的突破，兰剑智能先后研发出了高精度伺服输送系统、三维物流仿真系统、移动机器人集群调度、全自动装卸机器人“亚洲象”等产品。同时，公司牵头的两个项目还获得了“十四五”国家重点研发计划立项。

张小艺表示，特别是近几年，公司着眼行业前沿，积极主动打破传统产品的固有思维，推出了一些革命性产品。例如，分布式超低压直流伺服输送系统，如果它可以大规模在新兴领域应用，就可以全方位促进输送系统向柔性化、伺服化、轻量化、低碳化、安全化方向迈进。

国家政策也为智能仓储物流行业的发展带来了新的机遇。《“十四

五”现代物流发展规划》提出，要加快培育现代物流转型升级新动能。2024年《政府工作报告》提出，实施制造业技术改造升级工程，培育壮大先进制造业集群，创建国家新型工业化示范区，推动传统产业高端化、智能化、绿色化转型。

在政策推动下，我国制造业加速向低碳化、数字化转型。兰剑智能将其在烟草、电商领域的数智物流服务能力顺势拓展至制造业领域。公司成功打造了汽车、制药、电力、石化、新能源、电子通信、航空航天、工程机械等众多制造业领域的智慧物流系统，并帮助多家企业的智能工厂通过了“灯塔工厂”认定，助力中国制造业的高质量发展。

与此同时，兰剑智能也在积极“出海”。公司产品现在已经覆盖了美国、日本、欧洲以及东南亚等国家

# 智能仓储是物流发展大势所趋

■赵彬彬

每逢“双11”“双12”，如何又快又准地处理堆积如山的包裹，是电商企业关注的焦点。传统的物流企业一般采用两种方式，一种是增加人工数量，另一种是延长交货时间。然而这不仅增加了成本，还造成了不好的客户体验。

此外，传统的仓储管理常常面临库存不准确、货物跟踪困难、空间利用率低等问题。这些问题不仅增加了运营成本，还影响了客户满意度。因此，实施智能仓储优化，已成为物流行业的迫切需求。

在数字经济蓬勃发展的今天，智能仓储正以前所未有的速度改变着传统的仓储管理方式，为高效物流的实现提供了强大的技术支持。可以说，智能仓储已成为物流仓储行业发展的必然趋势。

首先，技术创新为智能仓储提供了可能。近年来，随着物联网、大数据、人工智能等技术的快速发展，以及在物流仓储领域的深入应用，

使得仓库管理变得更加智能化。

比如，兰剑智能利用大数据、人工智能等新技术研发推出的料箱拣选机器人“蜘蛛侠”，能够在复杂的仓储环境中迅速准确地识别和抓取物品，拣选准确率高达98%。分布式伺服堆垛机“猎豹”、无货架堆垛料箱机器人“袋鼠”等智能产品，不仅具备高效、精准的作业能力，更具备自主决策、自主避障等智能化功能。这些技术的应用，不仅提高了仓储作业的效率和安全性，更推动了物流仓储行业的智能化升级。

其次，自动化设备的广泛应用使得仓储效率大幅提升。自动导引车（AGV）、无人机等自动化设备，能够高效地完成货物的存取、分拣和搬运等任务。这些自动化设备不仅提高了仓储效率，还减少了人力成本，使得仓储管理变得更加高效和智能。

最后，从实际的管理运营来看，智能仓储也将带来效益的提升。通过优化仓储管理，可以降低人力成本、库存成本和运营成本。通过实

时跟踪货物信息和提高配送速度，可以增强客户体验，提高客户满意度。此外，智能仓储还可以促进供应链协同，优化供应链的各个环节，提高整个供应链的竞争力和稳定性。

《“十四五”现代物流发展规划》提出，到2025年，基本建成供需适配、内外联通、安全高效、智慧绿色的现代物流体系。展望2035年，现代物流体系更加完善，具有国际竞争力的一流物流企业成长壮大，通达全球的物流网络更加健全，对区域协调发展和实体经济高质量发展的支撑引领更加有力，为基本实现社会主义现代化提供坚实保障。

方向已经指明，蓝图已经绘就。未来，物流仓储行业将朝着更加智能化、自动化和数字化的方向发展。随着5G、区块链等创新技术的加入，智能仓储的智能化水平和运营效率将进一步提升。同时，智能仓储也将成为推动物流行业转型升级的重要力量，为企业的持续发展注入新的活力。

路特斯集团CEO 冯擎峰：

## “智能化+混动技术”并驾齐驱 超豪华新能源车市场拐点将至

■本报记者 龚梦泽

“在超豪华汽车领域，新能源汽车渗透率一直没有达到我们的预期。我们对超豪华电动车的渗透率预期是20%，但实际上只有约10%，实际和预期数据相差很大。”11月24日，路特斯集团CEO 冯擎峰在接受《证券日报》记者采访时如是说。

考虑到目前纯电产品的市场容量和盈利性都比较好，而混动产品的市场接受度和盈利性都更好，这为路特斯拓展市场和改善经营找到了一个新支点。围绕混合动力方案，路特斯推出了自己的超级混动技术“路遥”，纯电续航超过200公里，综合续航1100公里以上，采用超900V电压平台，支持“双闪充”能力，在动态行驶中，充电速度可达到放电速度的5倍，大幅提升了补能效率。

在冯擎峰看来，路特斯作为豪华性能车品牌，必须保证全过程的动力充沛，因此没有选择行业主流的增程式方案，“增程在电量馈电的时候，车辆的性能大幅下降。相信‘路遥’技术一旦推出，将比传统豪华车品牌领先3年至5年。”

## 未受“价格战”影响

据悉，路特斯的前身是英国豪华跑车品牌莲花。公司早在2018年就发布了“Vision80战略”品牌十年复兴计划，全面转向电动化、智能化。目前，公司已经推出了全能公路跑车Emira、纯电超跑旗舰Evija、纯电超跑SUV Eletre和纯电超跑轿车Emeya共计4款车型，主销区间在60万元至150万元的豪华车市场。

当下，路特斯正全力推进“Win26计划”，即实现2026年现金流及盈利转正的目标。2024年，公司全年交付量目标为12000辆，年增长超过70%。

财报数据显示，路特斯前三季度实现总收入为6.53亿美元，同比增长105%；服务收入为2900万美元，同比增长129%；总交付量为7617辆，同比增长136%。冯擎峰表示，作为超豪华品牌，公司有独特的价值，不太会受到当前市场“价格战”的影响。

谈及路特斯第三季度毛利率的下滑，冯擎峰坦言：“主要原因是清库存。因为公司明年会发布全新MY26车型，在此之前清理库存导致了数据下滑。新车型计划明年一季度在中国率先开始交付，预计明年毛利将回归双位数。”

冯擎峰表示，目前在纯电领域，路特斯的用户成交价依旧保持第一。毛利率未来一定会改善，预计2026年实现20%的毛利率是可以保证的，“就技术投入期来说，公司的投入高峰已经过去了，后面我们主要不断升级迭代技术。作为一家轻量化运营公司，路特斯将通过研发、品牌和营销的方式，进一步降低成本。同时，销量的提升也将分摊更多成本。”

## 加码“混电”技术

中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会数据显示，今年10月份，新能源汽车国内零售渗透率达52.9%，连续三个月超过燃油车。

冯擎峰表示，当前路特斯在中国超豪华细分市场中的占有率已达到40%，随着未来新产品、新技术的推出，有信心将市占率提升至50%。

值得关注的是，随着增程车型持续热销，不少纯电玩家也开始加入增程行列。冯擎峰认为，增程技术在电量馈电的时候，车辆的性能大幅下降，这与路特斯主打的“性能”标签不符，因此需要找到一个符合公司对性能追求的路线，“路遥”超级混动成为了最优解。

当《证券日报》记者问到选择推出混电技术，是否意味着路特斯电动化出现战略转向时，冯擎峰表示，路特斯始终坚定不移地推进电动化，从未放弃电动化进程，但电动化并不完全是纯电。同时，“路遥”超级混动技术的推出，将让公司在豪华车市场，尤其是海外市场的竞争中占据优势。

冯擎峰坦言：“未来路特斯会在保持美国和中东、亚太地区销量的同时，提升中国和欧洲的销量。美国方面，预计今年美国市场会交付2500辆至2600辆新车。欧洲方面，随着当地高速NOA（高级辅助驾驶功能）法规明年第一季度出台，路特斯预计将会成为第一个在欧洲开放高速NOA的企业。”

# 发布自主研发产品 昊海生科：玻尿酸市场潜力巨大

■本报记者 张文潮  
见习记者 金婉璐

据昊海生科投资者关系官方微博信号消息，11月22日，由昊海生科自主研发的玻尿酸产品“海魅月白”正式上市。同时，公司与美莱集团、朗姿集团、艺星集团、瑞丽集团等全国20多家医美连锁机构签约了首批菁英机构战略合作伙伴。

11月25日，昊海生科总经理吴剑英向《证券日报》记者表示，玻尿酸是全球最受欢迎的软组织填充剂类别，市场潜力仍然巨大。

“与各种胶原刺激剂微球结合、与胶原蛋白等活性材料结合、更优异

的安全性和流变学性、有机化学修饰，以及成为干细胞生长的培养基等，都会是透明质酸填充剂的未来发展方向。”吴剑英表示，在玻尿酸产品领域，昊海生科旨在形成功能差异化、价格定位差异化的产品组合，满足日益多元化的医美市场需求。

资料显示，昊海生科此次正式上市的玻尿酸产品“海魅月白”于今年7月11日获批。截至目前，该产品是国内唯一一款使用天然产物赖氨酸作为交联剂的玻尿酸产品。记者注意到，随着该产品的上市销售，昊海生科旗下已有四款玻尿酸产品，分别为海薇、姣兰、海魅、海魅月白。

据了解，此前有市场观点认为，

玻尿酸在医美领域的市场红利期已过。有行业数据显示，截至2023年年底，国内共有59款经审批且在有效期内的玻尿酸注射产品。

“随着进入玻尿酸赛道的厂家数量增多，行业已逐渐进入‘价格战’阶段。”有业内人士向记者表示，相较于玻尿酸，肉毒素、再生医美等新赛道是目前市场的关注点所在。

对此，昊海生科方面表示，玻尿酸市场潜力仍然巨大，“公司自2014年进入玻尿酸行业以来，通过自主研发，已掌握单相交联、低温二次交联、线性交联及有机交联等多种交联技术。此次上市的海魅月白，其使用的赖氨酸交联剂具有更好的远期安

全性，同时可刺激局部胶原蛋白再生，定位为高端玻尿酸，将与公司旗下其他玻尿酸产品形成功能差异化、价格定位差异化的产品组合，满足日益多元化的医美市场需求。“海魅月白”的上市，不仅代表了昊海生科在高端玻尿酸领域的技术突破，也有助于公司在玻尿酸领域做深、做透。”

在“海魅月白”产品发布会现场，世界抗衰老大会科学主委Dr. Ali Pirayesh表示，玻尿酸市场前景广阔，以欧洲市场为例，当前玻尿酸占据95%医美市场份额，到2029年，预计市场规模可达39亿欧元。

国盛证券发布研报称，昊海生科的“海魅月白”将前三代玻尿酸产

品形成功能差异化、价格定位差异化的产品组合，接力支撑公司玻尿酸业务中长期发展。

此外，昊海生科还表示，除玻尿酸产品外，公司在医美领域还拥有羟基磷灰石、医用交联几丁糖凝胶、胶原蛋白等多个在研产品管线。公司目前已经形成了覆盖真皮填充剂、表皮修复基因工程制剂、射频及激光设备四大品类的业务矩阵，贯通医疗美容、生活美容以及家用美容三大应用场景，可满足终端客户针对表皮、真皮以及皮下组织的全方位医美消费需求。

财报显示，昊海生科2024年上半年医美业务实现营收6.34亿元，同比增长45.22%。

更多精彩内容，请见——

证券日报新媒体



证券日报之声