

比亚迪巴西工厂迎首车下线

■本报记者 李昱丞

比亚迪股份有限公司(以下简称“比亚迪”)“出海”之路又有新突破。据比亚迪官微消息,当地时间7月1日,比亚迪在巴西巴伊亚州卡马萨里举行巴西乘用车工厂首车下线仪式。

从宣布建厂计划到首车下线,比亚迪巴西工厂建设投产仅耗时2年。回溯比亚迪巴西工厂历史,2023年7月份,比亚迪宣布在卡马萨里建设由三座工厂组成的大型生产基地综合体,分别为一座主营电动客车和卡车底盘的生产工厂、一座新能源乘用车整车生产工厂以及一座专门从事磷酸铁锂电池材料的加工工厂。

据悉,比亚迪巴西工厂的新能源乘用车整车生产工厂将生产纯电动和插电式混动车型,规划产能15万辆,预计为本地创造2万个就业岗位。同时,比亚迪还将携手多家本地供应链伙伴,构建本土化的产业协作模式,推动新能源产业链可持续发展。

比亚迪执行副总裁李柯在巴西工厂首车下线仪式上表示:“作为全球研发投入最高的企业之一,比亚迪正将领先的技术实力注入巴西。该工厂从破土动工到首车下线,比亚迪仅用了15个月,这是比亚迪的里程碑,也是拉丁美洲可持续交通发展的新起点。”

在巴西,比亚迪的新能源汽车正受到当地市场欢迎。数据显示,自2021年新能源乘用车进入巴西市场以来,比亚迪销售新能源汽车超过13万辆。今年第一季度,比亚迪在巴西销量突破2万辆,成为当地新能源汽车销量冠军。今年5月份,比亚迪在巴西汽车品牌零售销量排行中跃升至第四,市占率达9.7%。

巴西工厂也是比亚迪继泰国、乌



兹别克斯坦后的第三个海外乘用车整车生产线。比亚迪泰国工厂年产能15万辆,主要供应东盟市场;乌兹别克斯坦工厂三期完成后产能将达30万辆,目标覆盖中亚及东欧市场。另外,比亚迪在匈牙利布达佩斯设立欧洲总部,瞄准欧洲本土化需求。

“比亚迪的海外产能扩张是其全球化战略的重要组成部分,对于提升公司的市场竞争力具有重要意义。”中国投资协会上市公司投资专业委员会副会长支培元向《证券日报》记者表示,公司海外扩张战略不仅有助于提升其品牌知名度,还能够通过本地化生产降低成本,提高竞争力。

在海外产能释放的背景下,2025

年比亚迪海外销量又上了一个大台阶。比亚迪7月2日公布的产销快报显示,6月份公司海外销售新能源汽车合计90049辆,同比增长233.58%,海外月销首次突破9万辆大关。

2025年上半年,比亚迪在海外销售新能源汽车46.43万辆,相比去年同期的20.34万辆增长128.25%。仅仅半年内,比亚迪在海外就实现了从月销6万辆到月销9万辆的突破。

除了在海外设立工厂以外,比亚迪也在通过跨洋运输的方式加速产品“出海”。6月24日,比亚迪第六艘汽车运输船“BYDCHANGSHA”交船及命名仪式在江苏海门举行,其拥有9200个标准装载车位。目前,比

亚迪投放运营的“EXPLORERNO.1”“BYDCHANGZHOU”“BYDHEFEI”“BYDSHENZHEN”及“BYDXI'AN”已经运载超过7万辆比亚迪新能源汽车前往世界各地。截至目前,比亚迪新能源汽车足迹已遍布六大洲、全球110多个国家和地区。

“随着全球对环保和可持续发展的重视,新能源汽车市场需求持续增长,国际市场为比亚迪提供了广阔的发展空间。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁树向《证券日报》记者表示,通过加快“出海”,比亚迪能够提前布局,抢占市场份额,实现业务的多元化和全球化,降低对单一市场的依赖,增强企业的抗风险能力。

仙鹤股份布局竹浆纸用一体化项目 一期投资约55亿元

■本报记者 郭霁霞 见习记者 王 楠

7月2日,仙鹤股份有限公司(以下简称“仙鹤股份”)发布公告称,公司已于6月30日与四川省合江县人民政府签署《竹浆纸用一体化高性能纸基新材料项目投资协议书》。该项目计划总投资约110亿元,建设年产80万吨竹浆和120万吨高性能纸基新材料生产线及相关配套设施。项目整体规划,分期按阶段实施。其中,一期投资约55亿元,占地约2000亩,建设年产40万吨竹浆和60万吨高性能纸基新材料生产线及配套设施,二期投资将在一期运营成效基础上适时推进。

本次项目选址四川省泸州市合江县临港街道临港新材料产业园,具备竹资源丰富、水量充沛、区位优势等优势。项目建成后,将有助于仙鹤

股份在原料供应、产能配置和产品结构方面实现协同升级,推动“竹浆纸用一体化”产业发展。按照规划,一期项目建成达产后预计年产值约51.5亿元,年税收约4.5亿元,提供就业岗位约2000个。

中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅对《证券日报》记者表示,此次仙鹤股份“竹浆纸用一体化”项目有助于提升原材料自给率,降低采购与运输成本,增强供应稳定性与成本控制能力。同时,通过内部协同优化生产流程,提升产品附加值与市场竞争力。在“以纸代塑”趋势与政策支持下,竹浆作为可再生、环保的非木纤维资源,市场潜力正加速释放。

为顺应这一趋势,仙鹤股份持续加码高性能纸基材料赛道,加快推进“以纸代塑”“以竹代塑”的产业化布局。公司积极响应消费升级趋势,不

断拓展特种纸在新兴消费场景中的应用,目前已推出多款定制化终端产品,并已经接入了全球领先烟草公司的产品供应链。为应对快速变化的市场需求,公司持续加大研发投入,2024年累计申报专利73项,其中发明专利33项、实用新型专利40项,并已获得13项专利证书。

除四川合江竹浆纸项目外,仙鹤股份在广西来宾和湖北石首推进的两个百亿元投资项目也稳步投产,整体进展符合建设计划。截至2024年年末,广西来宾项目已有2条造纸生产线和3条制浆生产线投产运行,2024年累计产出木浆10.01万吨、特种纸2.89万吨;湖北石首项目投产3条特种纸生产线和4条浆线,已产出特种纸9.34万吨、自制浆5.98万吨。

两地自制浆已通过仙鹤股份内部使用与市场验证,具备替代进口木浆

的能力,原材料依赖瓶颈得到有效缓解。“林浆纸用”一体化布局初显成效,尤其是广西项目依托当地桉树资源,自2023年10月起已连续三个月实现稳定盈利。

盘古智库(北京)信息咨询有限公司高级研究员江瀚在接受《证券日报》记者采访时表示,仙鹤股份通过多地布局,有效分散了区域风险。同时,依托当地资源实现差异化发展,基地间通过技术共享互补,提升整体竞争力。

袁帅也表示,仙鹤股份在四川、广西、湖北的多点布局为未来发展奠定了坚实基础。未来,纸基新材料企业要建立长期竞争力,还须将技术、资源和应用下游有机结合,形成协同发展的良好局面,从而更好地应对不断变化的市场环境和抓住行业发展机会。

金种子酒管理层变动 营销改革力度空前

■本报记者 梁傲男

7月2日,安徽金种子酒业股份有限公司(以下简称“金种子酒”)发布公告称,公司董事、总经理何秀侠因工作调整,辞去公司第七届董事会董事、董事会战略与ESG委员会委员、提名委员会委员及总经理职务,辞职后,何秀侠不在公司及子公司担任任何职务。

对于何秀侠辞职后的去向,《证券日报》记者了解到,何秀侠将回到华润啤酒(控股)有限公司(以下简称“华润啤酒”)。

在业内人士看来,随着管理层变动,这家老牌徽酒企业的改革进程将迈入新阶段。历经三年淬炼,金种子酒虽尚未完全摆脱亏损,但已实现从产品品质到企业治理的全方位蜕变。

老牌徽酒亟待破局

2022年6月份,金种子酒发布公告称,阜阳投资发展集团有限公司(以下简称“阜阳投资”)向华润战略投资有限公司(以下简称“华润战投”)转让金种子集团49%股权的交易已完成工商变更。

同年7月9日,何秀侠履新总经理职位,标志着金种子酒全面进入“华润时间”。

这场联姻背后,是金种子酒亟待破局的现实困境。作为1998年登陆A股的徽酒代表,金种子酒在华润战投

入主前,已连续四年亏损。

梳理其上市27年的表现来看,2012年是金种子酒最辉煌的年份,公司当年营收达22.94亿元,净利润为5.61亿元。2013年,白酒行业步入调整期,金种子酒业业绩亦一路下滑。

由于基本面表现不佳,金种子酒逐步淡出媒体的视野和券商机构的研究名单。Choice数据显示,自2009年5月14日至2025年6月29日,来自券商分析师的报告共有171份,而在2022年8月份之前仅有90份报告。华润战投进入后的3年时间内共有81份报告发布,券商关注金种子酒的热度在提升。

资本市场方面,因为华润战投的加入,金种子酒的股票也开始活跃起来,2022年公司市值最高超过200亿元。

虽然外界对于华润战投入主后的金种子酒纷纷看好,但真正运作金种子酒的过程并非易事。如何让这棵老树发新芽,是摆在管理团队面前一道待解的难题。

战略稳步推进

3年时间,金种子酒的业绩仍未扭亏为盈,质疑声接踵而来。公司管理团队在这3年做了什么?

据记者了解,在接手金种子酒后,何秀侠带领团队面对品牌老化、渠道羸弱、资金链紧绷的金种子酒,给出了“两塑两改三精益”的组合拳方案。

截至目前,金种子酒的渠道突破有显著提升,其借助华润啤酒的渠道实现终端快速覆盖,经销商数量从4万家增至22万家,省外市场占比提升。数字化转型方面,公司引入数字化工具,提升管理效率,减少窜货、价盘混乱等问题。

在产品体系方面,金种子酒2023年完成了产品高端、中端、低端三级重构,较此前粗放的“中高档、普通”二分法更具市场穿透力。品牌推广层面,开展了开窖节、馥合香品类创新峰会等系列活动。

金种子酒方面对《证券日报》记者表示,接下来要做好“三瓶酒”打造。梳理每个经销商产品,确定流量产品和利润产品,建立经销商“一主一辅”的产品结构。缩减产品SKU(最小存货单位),主线产品减规格,辅助产品减品项,开发产品规范化。

2022年至2024年,金种子酒的白酒生产量分别为10204.48千升、19594.28千升和16283.42千升。即便2024年略有回调仍保持高位,基酒储备战略稳步推进。

压货是酒企与酒商惯用的手段,但华润啤酒做白酒坚决抵制“渠道压货”。金种子酒在渠道上坚守“不压货”底线,换来的是产品虽然顺价销售,但业绩上就失去了“压货”助高业绩的机会。

当然,作为白酒行业“新兵”,管理团队也遭遇过“阵痛期”。何秀侠坦

言:“2024年对大众产品提价时低估了价格敏感度,导致部分市场动销受阻;终端费用核销沿用啤酒模式,造成了渠道成本压力。”

改造已初见成效

2025年,在通过阜阳马拉松、演唱会等形式打造品牌力的同时,金种子酒营销改革也力度空前。

4月份,金种子酒营销“一号位”发生变更,张桂波任金种子酒营销中心总经理,其是华润战投入主金种子酒以来该岗位的首位非“华润系”高管。6月底,为做好基地市场组织保障,金种子酒的营销中心职能部门从合肥迁回阜阳。

“为了解决公司目前营销方面的主要矛盾和问题,营销中心全力推进工作转型。主要从五个方面进行,一是打造基地市场;二是梳理产品结构;三是改进费控模式;四是管控市场秩序;五是优化组织建设。”金种子酒相关负责人在接受记者采访时表示。

中国酒文化品牌研究院智库专家蔡宇飞对《证券日报》记者表示,华润战投入主金种子酒三年来的改造已初见成效,但转型仍处攻坚期。金种子酒若能在未来3年至5年持续优化产品结构、深化省内市场并用好“华润系”资源,金种子酒或有望重回徽酒第二梯队,其长期发展前景依然明朗。

永泰能源财务状况持续优化 全力推进海则滩煤矿建设

■本报记者 王 僊

7月2日,永泰能源集团股份有限公司(以下简称“永泰能源”)正式完成4亿股回购股份的注销工作,彰显了公司对未来发展的信心。

近年来,永泰能源稳健发展主业,财务状况持续优化,在此基础上,公司正加速推进海则滩煤矿建设,以打造新的增长引擎。

积极回报股东

根据7月1日晚间永泰能源披露的公告,此次注销的回购股份占注销前公司总股本的1.8%,回购价格区间为1.02元/股至1.71元/股,总耗资约5亿元。公司此次回购计划自2024年6月份启动,期间经过多次方案调整,最终于2025年6月23日完成回购。永泰能源有关人士表示,本次注销已回购股份,旨在减少注册资本,有利于提升每股收益水平,增强股东回报能力。

公开信息显示,永泰能源主营业务为电力和煤炭业务,拥有电力控股总装机容量918万千瓦,参股总装机容量400万千瓦,所属电力企业主要分布在江苏、河南地区,为区域内主力电厂和保供主力军;拥有煤炭资源量38.21亿吨,其中优质焦煤资源量9.13亿吨,优质动力煤资源量29.08亿吨,煤矿总产能规模2110万吨/年,为国内冶炼用焦煤核心供应商。

财务数据显示,永泰能源2024年实现发电量412.6亿千瓦时,原煤产量1368万吨,均创历史新高。今年一季度,公司原煤产量同比增长21.54%,展现出较强的生产韧性。2022年至2025年一季度,永泰能源经营性现金流净额分别达到64.43亿元、70.25亿元、65.1亿元和10.35亿元,保持稳定态势。同时,自公司债券重组以来至2024年12月末,公司资产负债率实现大幅降低。

上海市海华永泰律师事务所高级合伙人孙宇昊律师对《证券日报》记者表示,随着永泰能源业务稳健发展和资产负债率的下降,公司财务风险也在降低,在法律层面,意味着公司面临的债务违约风险降低,有利于提升公司的信用评级。

永泰能源有关人士告诉《证券日

淘宝闪购500亿元补贴破局行业“内卷” 创新平台模式

■本报记者 梁傲男

7月2日,淘宝闪购正式启动规模高达500亿元的补贴计划。

根据计划,此次500亿元平台直补,将在12个月内,通过店铺补贴、商品补贴、配送补贴、免佣减佣等方式,在保障商家利润空间的同时,促进商家生意增长;此外,淘宝闪购将通过发放大额红包、免单卡、官方补贴一口价商品等方式补贴消费者,重塑消费体验。

在业内人士看来,这一举措标志着阿里巴巴集团控股有限公司(以下简称“阿里巴巴”)在即时零售赛道开启新一轮资源投入,在消费复苏和提振的关键期,以线上流量反哺线下服务业,着力打造电商和线下服务业相结合的新平台。

重构即时零售格局

自今年5月份上线以来,淘宝闪购日订单量已突破6000万单。同期,中国即时零售市场的日订单总量实现了飞跃式增长,从约1亿单攀升至1.6亿单。淘宝数据显示,淘宝闪购显著提升了平台用户活跃度,以至于天猫618用户规模和活跃度创下新高,其中平台购买用户数实现两位数增长。淘宝闪购正在将线上流量转化为线下服务效率提升和产业升级的动力,为品牌和商家创造生意新增量。

事实上,作为阿里巴巴“大消费平台”战略的核心落子,淘宝闪购的补贴行动与其业务整合进程形成深度共振。6月份,阿里巴巴整合淘宝天猫、饿了么和飞猪的核心资源,以技术创新和商业模式创新构建大消费平台,为用户创造更丰富优质的生活消费体验。

“从饿了么入口融入淘宝,到饿了么和飞猪并入阿里电商事业群。淘宝正在从一个纯粹的电商平台向涵盖线上线下、远场近场、服务与实物的大消费平台转型,其一体化的图景如今在即时零售模式下变得日益清晰。”电商战略分析师、海豚智库创始人李成东对《证券日报》记者表示。

阿里巴巴方面在2025财年第四季度及全年财报业绩会上透露,淘宝闪购无论在规模增长还是效率提升上均

报》记者,在公司财务状况持续优化的背景下,近三年来,已有20余家金融机构上调公司分类评级,金融机构对公司授信支持力度也在逐年上升。

基于公司“煤电联营”主业布局,目前永泰能源融资需求主要为所属海则滩煤矿项目建设。公司有关人士表示,在夯实财务基础的同时,永泰能源正全力推进海则滩煤矿项目建设。

强化“煤电联营”优势

公开资料显示,海则滩煤矿井田面积约200平方公里,煤炭资源储量达11.45亿吨,煤种以优质化工用煤和动力煤为主,平均发热量超6500大卡,具备资源储量大、煤质优、开采成本低等显著优势。据测算,该煤矿采选成本仅192元/吨,远低于行业平均水平。

值得注意的是,海则滩煤矿毗邻浩吉铁路和陕北能源化工产业集群,仅榆林市2024年就有28个大型化工项目在建,周边电力、化工企业群的密集布局,可实现煤炭“就近消纳”与低成本外运。

关于项目建设进度,7月2日,永泰能源有关负责人向《证券日报》记者介绍,在2024年6月份结束矿井一期工程后,目前,海则滩煤矿已进入二期工程建设阶段,三期工程将在今年7月份启动首个工作面施工。按照规划,三期工程建设预计在2026年二季度完成,6月底形成首采工作面试生产,当年预计产煤300万吨;2027年全面达产,年产能将达1000万吨。

“如此可观的产量将为永泰能源带来稳定的收入来源。”众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜对《证券日报》记者表示,得益于低采成本及运费优势,该煤矿盈利能力突出,将成为永泰能源未来业绩增长的核心驱动力,显著提升公司的盈利水平和市场竞争力。

从行业视角看,海则滩煤矿作为永泰能源新增产能支点,投产后将进一步强化“煤电联营”优势。柏文喜认为,能源转型过程中,市场对能源的需求结构和价格波动较大,“煤电联营”的一体化布局使得企业能够保持相对稳定的经营状态,也可进一步增强公司的抗风险能力和可持续发展能力。

超出预期。据介绍,淘宝闪购短期将重点投资新用户,让更多淘宝用户转变为即时零售用户。从长期看,淘宝闪购将在用户活跃度、用户规模等多方面给淘宝带来好处,且能够看到远场近场电商结合、基于闪购业务升级商业模式的可能性。

有机构分析认为,淘宝更丰富的商品覆盖,加上饿了么成熟的配送网络,相比竞争对手能够更好地控制成本压力。通过在即时零售赛道上加大规模化投入,可进一步巩固淘宝在消费者心智中的影响力,最大的受益者是消费者和商家。

当前,各大电商平台将治理、改善商家营商环境作为重中之重,生态系统建设与服务品质升级站上舞台中央。从行业发展策略来看,淘宝闪购的生态协同优势逐渐显现。

共筑良性行业生态

淘宝闪购本次补贴策略采用“平台直补”模式,即由平台直接投入资金,不要求商家“以价换量”。此举实质上为商家构筑了可持续的经营生态,相较于行业常见的价格内耗竞争,是打破“无序内卷”的创新之举。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林表示,淘宝闪购通过整合资源获得规模效应,再通过规模效应来提升自身让利空间,将更有能力补助、反哺商家。这有利于商家逐渐摆脱“内卷”,使其更重视服务及产品品质。从而进一步改善消费者的体验,增强消费者信心,继而拉动内需。

淘宝闪购的实践表明,通过生态共建实现多方共赢,是激活内需、提振消费的关键一步。中国电子商务协会服务中心副主任郭涛对《证券日报》记者进一步指出,若补贴能有效转化为供应链升级,淘宝闪购或将重塑行业竞争门檻,倒逼竞争对子聚焦优质服务创新,最终推动全行业生态优化。

500亿元真金白银的投入,不仅是淘宝闪购激发消费活力的一步,更是一场关于“如何构建良性行业生态”的实践。当平台、商家、消费者形成价值共同体,一个更健康、更繁荣的即时零售新时代正在到来。