



深耕农药制剂 20 余年 海利尔剑指上下游一体化农化集团

◎记者 刘立 ◎编辑 李魁领

“农药行业即将进入一个白热化的竞争阶段,产业集中、强者恒强。海利尔会坚持研发创新、一体化战略等举措,继续以内生为主、外延并购为辅的发展模式,在未来5年内实现储备产品的产业化转化,进入行业第一梯队,争取成为农药行业实力强劲的上下游一体化的农化集团。”日前,由上交所和各地证监局联合主办的“价值引领投资·2020沪市公司质量行”调研活动走进海利尔,公司董秘汤安荣向上海证券报记者详细描述了公司核心竞争力和未来发展蓝图。

发挥核心优势 增强市场话语权

今年前三季度,受全球经济波动、新冠疫情和供需动态关系不匹配的影响,大部分农药原药价格呈下降趋势。同期,公司实现营收 25.72 亿元,同比增长 30.76%;净利润约 3.33 亿元,同比增长 20.35%。汤安荣表示,这主要得益于公司的核心优势,即持续研发创新和卓越的市场竞争优势。

研发创新优势体现在生产环节工艺技术的突破和优化,进而让公司具备了出色的成本控制能力。

据介绍,公司吡虫啉和啉虫脒原药综合生产成本在行业内具有很强的竞争力。吡虫啉和啉虫脒今年价格处于行业底部,但是公司农药原药及中间体产品依然保持较高的毛利率水平。这是公司 10 多年来研发、工艺积累的结果。公司潍坊基地 2008 年开建、2009 年投产,一直围绕吡虫啉和啉虫脒展开,直到 2017 年才开始做新产品。

汤安荣告诉记者,研发是公司可持续发展的关键引擎,同时也是海利尔决胜未来的护城河。为保持研发的原创性和前瞻性,公司一方面致力于一流研发团队打造,另一方面不惜巨资加大硬件投入。现在,海利尔的研发中心已经拥有国家级企业技术中心、国家地方共建海洋生物源农药和环境友好型制剂工程研究中心、农业部农药研发重点实验室、博士后科研工作站、院士专家工作站五大国家级创新平台,拥有科研人员近 200 人。

据了解,未来海利尔还将不断产业化储备产品,特别是新化合物产品,以增强公司在全球化市场的话语权,更好地参与同跨国公司的竞争,掌握一定的主动权。



位于青岛的海利尔总部和研发中心

公司的核心优势还体现在市场竞争力上。“原药的竞争在于产品质量和生产成本,制剂的竞争在于品牌和渠道。良好的药效与性价比、多品种供应能力等品牌因素,植保技术的综合解决方案、贴近终端的营销网络等渠道因素构成农药制剂企业的主要竞争要素。海利尔深耕农药制剂 20 余年,逐步构建了农资七大品牌,涉及经销商客户近 5000 家,形成了强大的渠道网络。”汤安荣表示。

以内生发展为主 深化一体化战略

农药是农业生产中不可缺少的生产资料。农药行业比较分散,全国有大大小小企业 2000 家左右,其中农药原药企业 500 多家、农药制剂企业 1500 多家。而根据行业发展规划,到 2020 年,农药原药企业数量减少 30%,其中销售额在 50 亿元以上的农药生产企业 5 家、销售额在 20 亿元以上的农药生产企业有 30 家。

汤安荣告诉上证报,公司未来发展会以内生发展为主、外延并购为辅,在未来 5 年内实现储备产品的产业化转化,同时积极利用资本力量,选择优质的资产标的予以整合。公司业务板块涉及农药上下游。在农药制剂领域,公司位列行业第一梯队;在

农药原药领域,公司会利用 5 年左右的时间进入第一梯队,争取成为农药行业实力强劲的上下游一体化的农化集团。

内生发展,强化一体化优势。据介绍,公司在现有吡虫啉、啉虫脒和吡啶醚菌酯原药基础上,第二代烟碱类杀虫剂噁虫嗪和噁虫胺原药于今年 6 月进入试生产,杀菌剂丙硫唑啉原药于今年 9 月底进入试生产,从而进一步深化了公司制剂、原药和中间体一体化战略,实现农药制剂业务与原药业务互相补充、互相促进,充分挖掘农药产业链中各环节较好的盈利机会,提高公司整体的抗风险能力和盈利机会。

外延并购方面,2019 年公司收购凯源祥,新增甲维盐原药产品,进一步丰富一体化优势。公司未来将在青岛恒宁项目布局新品种。根据已经披露的一期项目信息,苯醚甲环唑和丙环唑市场需求大,复配为制剂销售有望扩大收入,而丁醚脲是最大杀螨剂,需求增速快。公司是国内仅有的 3 家拥有丁醚脲登记证的企业之一,先发优势明显。

2019 年 1 月,公司完成海利尔缅甸公司的相关政府备案工作。今年 1 月和 2 月,公司分别完成海利尔阿根廷公司和海利尔菲律宾公司的设立备案事宜。目前,公司正在积极推进在巴西等国家设立境外法人机

构,为公司国际市场开拓战略奠定基础。

坚持现金分红 做好信息披露

海利尔起家于农药制剂,而后延伸到原药和中间体,2017 年登陆上交所主板。汤安荣表示,上市让公司在资金方面获得较好的补充和支撑,为公司加强原药研发投入、大量引进技术人才和生产人才提供了强有力的保障。公司能够较好地推进原药新产品的投入建设以及日常生产经营规模的扩张,同时也在市场上强化了企业自身品牌的影响和信用。

10 年以来,公司业绩整体保持平稳上升的态势。未来公司会继续保持主业稳健经营策略,不断丰富原药产品品种,强化农药制剂一体化盈利能力,推进储备产品的产业化,加快恒宁新原药生产基地建设等,同时不断加强工艺改进、控制成本,提高盈利能力。

汤安荣表示,公司会继续坚持每年进行现金分红,实现公司发展与投资者收益的平衡。据了解,公司自 2017 年上市以来已累计分红 1.6 亿元。海利尔将坚持做好财务信息和非财务信息披露,并通过多种渠道和场合,分析解读公司的定期报告数据,解答投资者疑问。

■董事长专访

神州数码郭为：逐梦“数字化中国”



神州数码集团董事长兼总裁 郭为

◎记者 李兴彩 ◎编辑 全泽源

弹指 20 年,神州数码已非当年只做 IT 分销的神州数码了。在公司创始人郭为的带领下,公司已披上数字经济战袍,而它的内核则由信创与云业务两大板块有机组成。“人类正在步入数字化时代,云和大数据是标志性的变化,10 年后,所有的企业都会在云上。”近日,神州数码集团董事长兼总裁郭为对记者谈起了公司的新动作与未来发展格局,他说,看懂了这个时代大背景,就不难理解神州数码的战略转型,也就看到了神州数码的未来。

神州数码的未来是什么?“数字化每一个人、每一家企业,成为中国第一的全栈式云和数字化服务提供商。”郭为如此规划。

“神州鲲泰”品牌初露锋芒

最近让郭为开心的事不少,其中最开心的莫过于“神州鲲泰”系列产品的横空出世。

在 9 月 24 日举行的华为全联接大会上,神州数码携手华为等众多合作伙伴,首发了神州数码多款基于鲲鹏架构的神州鲲泰系列终端、服务器、解决方案一体机产品。这意味着公司开启了自有品牌的梦想新征程。

“基于鲲鹏架构完成从 0 到 1 的突破,神州数码仅仅用了 6 个月。”提到此事,郭为露出笑容,他对团队的推进速度颇为肯定。据悉,从 3 月厦门生产基地动工建设,到 5 月落成投产,再到 9 月的系列产品发布,仅用了半年时间,神州数码就迅速构建起覆盖 PC、一体机到支撑云端算力的多样化服务器,以及多样化解决方案一体机的产品体系雏形,并融入神州数码自身的行业积累和技术方案,实现“全栈交付”能力。

其实,在产品正式发布前,神州鲲泰系列产品已在多个行业实现营销突破及产品交付。目前,神州数码的信创生产基地——厦门超算中心二期扩容项目已使用了神州鲲泰服务器。公司旗下全资子公司云科信息技术也成为“2020—2021 年中国联通通用服务器集中采购项目”标包 4 的中标候选人之一。

“除了整机产品和解决方案之外,我们的第二个着力点是围绕国产算力布局。”郭为表示。据了解,神州数码正在积极推动国产算力产业的协同发展,加强与天津飞腾、成都申威、上海兆芯、澜起科技、景嘉微等国产厂商在半导体芯片推广及解决方案领域的深度合作。

“我们的目标是基于国内数据中心建设的需求,提供端到端的全产业链解决方案及服务。”雄心勃勃的郭为告诉记者,未来神州数码将在边缘计算、物联网等应用领域推出自研产品图谱。

全栈云能力构建转型基石

让郭为自豪的是,从 IT 分销到云,3 年时间,神州数码全面云战略转型已经有了里程碑式的成果,成为业界唯一一家完成了 7 朵公有云布局,并具备全栈云服务能力。所谓全栈(full stack)是指端到端的一站式云解决方案。

“我们看到,今天,数字技术正在驱动颠覆式的产业变革,帮助企业实现面向未来的架构重构和价值重构。”对于神州数码的云转型,郭为给记者阐述了背后的逻辑:互联网之后,万物开启互联,越来越多的行业、公司,真正开启了数字化转型之路,云计算将成为数字化时代的水、电。企业用云,就跟当初电脑装上 Windows 操作系统一样,这是真正划时代的大机遇。

2017 年,神州数码正式提出全面向云转型的战略布局,并于同年完成了对上海云角的收购。现在,神州数码在资源层、中间层、平台层和服务层均构建了完整的架构和核心竞争力。

“神州数码已成为目前业界唯一一家完成了 7 朵公有云布局的公司,在专有云和政务云上也有了进一步的突破。”郭为以资源层的布局为例,介绍了公司的核心竞争力:公司的公有云合作伙伴包括亚马逊 AWS、微软 Azure、阿里云、华为等,公司在专有云、政务云等业务上也已经跟中国移动等开展了深度合作。

神州数码云转型的成效,在今年半年报里已经有所体现:公司上半年云收入达到 10.38 亿元,同比增长 88%。

据郭为介绍,自 2017 年开启云战略转型至今,神州数码的云业务 3 年复合增长率达到 175%。其中,AGG(云转售)业务复合增长率达到 211%,这远高于信通院统计的行业 61%的增速;MSP(云管理服务提供商)业务复合增长率达到 157%,高于行业增速。

现在,神州数码拥有顶尖的云资源和业务全牌照,并与国内外各大云厂商保持长期紧密合作。比如,公司是阿里云生态体系内集全国总经销商、钻石级合作伙伴、MSP 核心合作伙伴多重身份为一体的核心合作伙伴;也是 AWS 战略合作伙伴、中国唯一的 VAP 伙伴,以及满分通过 AWS 管理服务能力审计的云服务商。

与此同时,神州数码也已成为众多跨国公司和国内企业客户的首选云服务商。据全球权威咨询机构 IDC 发布的《中国第三方云

管理服务市场份额报告 2019》显示,神州数码已位列中国 MSP 市场份额第一位。

以梦为马践行“数字化中国”

云是神州数码的全部吗?答案是否定的。或许更贴切的说法是,神州数码意在数字化。

“数字化每一个人、每一家企业,成为中国第一的全栈式云和数字化服务提供商。”提及神州数码的未来战略和愿景,郭为认真地告诉记者。

时间倒回到 20 年前,郭为创立了神州数码。那时候,互联网泡沫刚刚破灭,尼葛洛庞蒂的《数字化生存》一书让他登上《时代》周刊,数字化成为风靡一时的概念。

郭为敏锐的察觉到,以“比特”(bit,二进制中数据存储的最小单位,即一个 0 或 1)为存在物的数字化时代已经到来。他给公司取名“Digital China”,寓意着他对中国信息化发展前景的强烈看好,也暗合着他的雄心壮志,要推动“数字化中国”。

“直到今天,中国大概还有 50%的企业没有上云,很多的企业还不知道怎么上云。”郭为很看好云计算的巨大潜力,他说,企业上云后还有大量的数字化转型相关工作,神州数码要做的就是帮助企业、个人上云,再进一步完成这个数字化进程。据相关数据显示,到 2023 年,仅 MSP 第三方云管理服务市场可能就会达到 3000 多亿美元。

“下一步工作的核心是,进一步拓展和深化包括全球前五大公有云在内的云和数字化服务能力布局,并在数据服务、超算服务等领域持续突破。”对于近期的业务焦点,郭为介绍,除了云,在数据服务方面,神州数码构建了一支超过 40 人的数据科学家团队和百余人的专业服务团队,基于大数据、人工智能等相关技术,为金融、保险、文娱等行业的头部客户提供数据服务、数据综合解决方案。

“未来,我们会继续加大对云、数据业务等前沿技术场景化落地的投入。”以梦为马 20 年,郭为说,他依然是那个想“数字化中国(Digital China)”的有志青年。

中国造车新势力 销量与股价齐飞

◎俞立严 ◎编辑 李魁领

受最新销售数据和《新能源汽车产业发展规划(2021—2035 年)》颁布等多重利好推动,以蔚来、理想和小鹏为代表的中国造车新势力近日连续上涨,股价和市值均创新高。对此,汽车行业专家表示,多条技术路线并进的中国造车新势力已经在汽车行业本轮技术升级中初步确立了市场地位,之后有望和特斯拉等国际车企竞争发展。

股价与市值连涨

截至美东时间 11 月 5 日美股开盘,在美股上市的中国造车新势力公司股价持续上涨。其中,小鹏汽车(XPEV)、蔚来汽车(NIO)和理想汽车(LI)均创历史新高。小鹏汽车以 30.26 美元/股开盘,涨幅为 10.47%;蔚来汽车以 38.78 美元/股开盘,涨幅为 2.83%;理想汽车以 26.96 美元/股开盘,涨幅为 6.52%。

而今年以来,蔚来涨幅已达 864.68%,11 月 5 日开盘市值达 522 亿美元;上市不久的小鹏汽车今年涨幅为 101.73%,市值达 221 亿美元;同样上市不久的理想汽车今年涨幅为 134.43%,市值达 225 亿美元。他们的股价和市值已经领先很多传统车企,其中蔚来汽车的市值已经超过福特汽车。11 月 4 日,花旗在研报中首次覆盖小鹏汽车和理想汽车,并且上调蔚来汽车目标价。花旗分析师首次给予小鹏汽车“买入”评级。

销量方面,从最新统计的整体数据看,蔚来汽车 10 月销量为 5055 辆,小鹏汽车销量为 3040 辆,理想汽车销量为 3692 辆,3 家中国造车新势力公司销量合计 11787 辆,已经与特斯拉 9 月在中国市场的销量打了个平手。

业内专家指出,由于造车新势力销售是直营模式,销量数据是实际交付量,有别于很多传统车企压给经销商的数据,交付量数据含金量更高。

另外,3 家新势力造车公司并非只是最近 1 个月销量不错。进入 2020 年以来,虽然受疫情等因素影响,但造车新势力的销售数据总体呈现增长态势。蔚来汽车 1 月到 10 月的销量为 31430 辆,同比增长 111.4%;小鹏汽车 1 月到 10 月销量为 17117 辆,同比增长 64%;理想 ONE 1 月到 10 月也已累计交付 21852 辆。

三条技术路线并进

“新势力车企目前的好局面是由综合因素导致的。”对于新势力车企股价和市值持续上涨的现象,罗兰贝格全球合伙人方寅亮分析说,短期而言,由于新能源车销量增加和上海外牌限行新政等因素,资本市场对中国新势力车企所在的新能源汽车赛道非常看好;长期来看,中国有关方面对新能源汽车产业的扶持已久,行业总体基本面支撑是很强的。

具体到 3 家上市代表车企,业内专家指出,蔚来、理想、小鹏主要沿着三条技术路线前进,各显神通,注重争夺细分市场,已经取得了初步的效果。

“蔚来主打的换电模式技术路线目前虽然还不算是业内主流,但有其独特优点。”安永合伙人舒畅说,蔚来汽车的换电模式一方面解决消费者对新能源车电池寿命的担心,另一方面还在新能源价格成本上获得优势。

舒畅认为,随着电池技术的进步,电池价格呈逐年下降的趋势,换电模式解决了电池折价的问题。除掉电池外,电动车的成本就可以大幅降低。有的在售电动车的电池甚至占到成本一半左右。电池可以采用融资租赁的模式流通使用。

蔚来董事长李斌日前表示,换电模式需要面对的最大问题是前期资金投入比较大,在没有实现规模效应之前很难盈利。但是,李斌同时认为,很少有哪样大生意一开始就是挣钱的,都要先经历一个投入期。

不同于蔚来主攻换电赛道,小鹏主打的是智能与自动驾驶。目前,小鹏是在这方面和国际电动车龙头特斯拉咬得最紧的中国车企。而理想汽车,则主要在解决消费者里程焦虑上发力,是目前唯一一家主打新能源混动技术的造车新势力。

挑战和机遇并存

《新能源汽车产业发展规划(2021—2035 年)》提出,到 2025 年,新能源汽车新车销售量达到汽车新车销售总量的 20% 左右。

业内专家表示,国家层面对新能源汽车产业的支持,极大地促进了新势力车企的发展。其中的成功者正是及时抓住机遇,扬长避短,从而抢到了属于自己的市场份额,并且在资本市场有所表现。但是,汽车业的竞争非常激烈,要想持续发展,必须不断增强产品和服务的市场竞争力。

舒畅表示,汽车销量对于车企至关重要。虽然部分新势力造车企业目前每月涨幅较大,但是总量上相比传统车企还有很大提升空间。“就目前来看,这些新势力车企年销量达到 10 万辆还有不小挑战,在规模和成本上也有很大压力。”

不过,也有专家表示,中国新能源汽车的市场渗透率如果今年达到 5%,未来 5 年要实现 20% 的目标,每年的增长率必须达到 30% 以上。这意味着新势力车企还有很多的市场机会。

