

加速整合 盐田港拟购盐田三期部分股权

◎高志刚 记者 刘立

9月18日晚间,盐田港公告称,公司正在筹划发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金事项,拟向深圳市盐田港集团有限公司(下称“盐田港集团”)购买盐田三期国际集装箱码头有限公司(下称“盐田三期”)35%的股权和广东盐田港深汕港口投资有限公司(下称“深汕投资”)100%的股权。本次交易属于关联交易。公司股票自9月19日开始停牌。

有专业人士对记者称,多年以来,盐田港区内一直存在同业竞争问题。此次公司筹划重大资产重组事项,不仅解决了同业竞争问题,而且还将小漠国际物流港注入公司,进一步增强公司在粤港澳大湾区东部门户港口的竞争地位。

盐田港在2021年业绩说明会上表示,公司紧紧围绕港口主业发展方向,顺应国家发展战略,充分挖掘粤港澳大湾区、长江经济带等区域战略的港口发展机会,进一步提升公司核心竞争力。

据天眼查显示,和记黄埔盐田港口投资有限公司和盐田港集团分别持有盐田三期65%和35%的股份。

资料显示,盐田港区三期工程于2002年初动工,2003年首个10万吨级泊位投入运营。随着该项目逐步投产,盐田港区一、二期吞吐量被大幅分流,多年以来存在着同业竞争问题。

为此,公司曾表示,为了充分有效利用一、二期经营管理集装箱码头的成功经验,实现资源共享,降低成本,提高盐田港各期工程的总体效益。盐田国际(一、二期)分别于2001年和盐田三期签订了《盐田港区集装箱码头统筹经营合同》,于2007年和西港区码头公司签订了《盐田港区集装箱码头统筹经营合同补充协议(三)》,上述合同约定:盐田港三期集装箱码头与西港区码头委托盐田国际(一、二期)统一经营管理;对一、二期和三期、西港区码头年集装箱总吞吐量,按约定的分配公式在一、二期和三期、西港区之间分配。

如果本次重大资产重组顺利完成,盐田港区内同业竞争问题有望得到解决。

此外,盐田港拟购买的深汕投资,是盐田港集团于2015年12月在深汕特别合作区成立的,负责小漠国际物流港的建设运营及配套开发工作。2021年11月,公司与深汕投资一起成立深圳市深汕港口运营有限公司,合资运营小漠港,并于12月28日开港运营。此次交易后,小漠港全部资产进入上市公司体内。

小漠国际物流港是粤港澳大湾区东部门户港口,深圳港“一体三翼”中东翼的核心增长极,深汕合作区“四港五站”交通枢纽配套体系中的重要一港。

资料显示,盐田港作为大型深水港,是我国进出口贸易的重要门户,依托天然深水泊位条件和超大型船舶服务能力成为华南地区超大型船舶首选港,也是我国首家“世界级港口”。

近年来,公司立足深圳母港,践行“走出去”发展理念,强化长江经济带等区域港口战略布局,设立长江总部平台公司统筹港口投资运营,投资运营黄石新港、常德港、津市港,初步形成了长江经济带沿线港口网络化布局和协同发展效应。2022年上半年,公司实现营业收入3.74亿元,同比增长21%;实现归母净利润2.35亿元,同比增长2.7%。

德邦科技的30倍增长秘籍：当草根与国际擦出火花

◎王玉晴 记者 林淳

9月19日,高端电子封装材料公司德邦科技在科创板上市。公司主要提供封装所需的电子级粘合剂和功能性薄膜材料,产品应用于集成电路封装、智能终端封装、新能源应用材料、高端装备四大领域,客户覆盖苹果、华为、宁德时代、通富微电等厂商。

上市前夕,上海证券报记者见到了德邦科技总经理陈田安。12年前加入德邦科技的他,与公司创始团队深入融合,一起经历了德邦科技的二次创业,见证了公司翻天覆地的变化。如今,公司销售收入将近增长了30倍。当德邦科技站在资本市场的舞台上,陈田安看得更高,他希望10年内公司规模可以再有大的突破。

国际人才激活“草根”公司

陈田安是1977年恢复高考后第一批大学生,后在美国取得博士学位。他曾在多家跨国公司任职。在加入德邦科技之前,是霍尼韦尔电子材料部全球商务总监。

2010年,陈田安加入山东烟台的德邦科技。初看之下,这家公司和陈田安的背景差距不小:仅以销售额来说,当时的德邦科技明星销售员一年才卖出10万元,而陈田安在霍尼韦尔时手下的销售员可以卖出1亿元以上。然而,陈田安却看到,德邦科技为了在核心技术上取得突破,多年来持续把利润再投入到经营中,尤其不惜重金吸引人才和购买研发设备。

“过渡路线”出挑 混动新能源车迅速升温



◎记者 俞立严

一度被视为过渡性技术的混动新能源,正成为车企竞相布局的阵地。

近1个月内,已有多家车企发布了混动新能源车,多达十余款。今年以来,混动新能源车销量大幅增加,并有赶超纯电车型的态势。此外,产业链也在行动。9月14日,比亚迪在广西的混合动力电池项目宣布开工。曾被视为过渡性技术的混动新能源车正不断升温。

混合动力成新能源车热销主力军

“我们这边的比亚迪汉,现在每卖三辆新车,至少有两辆是混动的。”上海中庚比亚迪销售点的工作人员9月18日对上海证券报记者说,目前纯电新车比亚迪汉EV起售价为26.98万元,而外形等方面均相同的混合动力新车汉DM-i只要21.58万元,出于预算和性价比考虑,许多消费者选择购买混动新车。

中国汽车工业协会的最新数据也在印证新能源汽车销售的火爆。8月,中国纯电动汽车销量52.2万辆,同比增长92.9%;插电式混合动力汽车(PHEV)销量完成14.4万辆,同比增长超过160%。1至8月,中国纯电动汽车销量完成304万辆,同比增长超过100%,插电式混合动力汽车销量完成81.8万辆,同比增长超过170%。插电式混合动力车型势头盖过纯电动车型。

2021年下半年开始,比亚迪新能源乘用车销量每月都在刷新纪录,月销已攀升至8月的17万辆,其中,比亚迪DM-i车型型和EV纯电车型销售分别为91299辆和82678辆,占公司新能源乘用车总量的52.48%和47.52%,混动车型不仅占比过半,而且增长迅速,汉DM-i混动同比增长高达351.6%。

新车热销也拉动了产业链投资。9月14

日,南宁市宣布,比亚迪电池南宁生产基地开工,该基地包括比亚迪10GWh混合动力电池项目,总用地面积约975亩,主要用于电池电芯、模组等产品的研发、生产和制造。项目全面达产后,将实现年产值超100亿元。

在刚闭幕的2022成都国际车展上,多家整车上市公司推出了一大批自主混动新能源车型,除了比亚迪的唐DM-p等PHEV(插电式混动)新车,长城汽车,长安汽车、吉利汽车等公司也推出了新的混动车型。9月15日,长城汽车开放其江苏扬州产业园的柠檬混动DHT传动工厂,长城汽车副总裁傅小康对记者介绍,公司已经布局了多种混动新能源技术。

混动技术面临质疑和政策调整

新车热销的同时,混动新能源车并非“高枕无忧”。

根据上海发布的《上海市鼓励购买和使用新能源汽车实施办法》规定,2022年底,混合动力将整体从免费沪牌中退出。从2023年1月1日起,个人用户或单位用户购买插电式混合动力(含增程式)汽车,上海市将不再发放专用牌照额度。多家车企工作人员对记者表示,近期很多消费者是考虑政策即将转变前来选购混动新车的,期望赶上拿新能源车“绿牌”的末班车。

区别于纯电动,混合动力混动车型按混动模式可分为插电式混合动力和油电混合动力,国内目前主流是插电式混合动力。作为一项重要的汽车节能技术,其具有两套动力系统,一套是传统燃料发动机,另一套是电动机。电动机主要用来提高低速状态下的动力输出以及降低燃油消耗,电动机按照实际工况进行灵活控制,使发动机在综合性能最优的情况下进行工作,从而降低燃油消耗,减少废气排放,从而实现低碳目标。

不过,当前行业内对混动技术的发展有明显分歧。一方面,部分车企高管明确表

示,混动只是一种阶段性、过渡型的技术,应该要淘汰混合动力。另一方面,很多消费者在购买混动车拿到新能源“绿牌”后,出于各种考虑事实上将混动车直接当作燃油车使用。

“地方对混动态度主要考虑当地新能源发展要求和对本地企业的支持。”奥纬咨询董事合伙人张君毅对记者表示,北京一直严格限制混动新能源汽车,支持纯电动,北汽蓝谷的新能源车型也是纯电动车。

混动市场竞争格局发生质变

“混动竞争格局已发生质变,中国自主混动技术实现了从跟跑到并跑,乃至引领的华丽转变。”北京航空航天大学教授、国家乘用车自动变速器工程技术研究中心副主任徐向阳说,比亚迪DM-i销量目前是合资品牌的5倍,中国公司已经赶上了本田和丰田。

前瞻产业研究院的报告显示,目前,全球混合动力汽车第一大技术来源国为中国,中国混动专利申请量占全球总申请量的33.67%,已经超过日本和德国。

“混动技术并非过渡型技术,接下来,整个混动变速器的发展将进入竞争的新阶段,即围绕着混动、智能的能量管理和控制技术展开。”汽车评价研究院院长李庆文说。多位业内专家也表示,中国企业的插电式混动技术是汽车行业目前行之有效的减碳解决方案,同时原材料成本大幅上涨导致纯电动车型大幅涨价,也使得混动车型相对更具经济性。

天风证券最新研报预计,2025年混动车型在乘用车市场中占比将达45%,市场规模达1141万辆。自主品牌混动车型有望凭借出色的技术力、产品力,加速替代合资品牌主导的燃油车市场。

资深汽车行业分析师梅松林分析,未来,混动车型将成为消费者认同的节能环保汽车,并找到合理的定位。

■董事长专访

浙江正特陈永辉：在数字化征途上特异创新

◎记者 林淳

20多年前进开展会上外商带来的木质遮阳伞代工机遇,为浙江临海遍地开花的户外家具出口企业撑开了一方天地,也撑起了今天浙江正特登陆资本市场的底气。

“从最简单的木伞,做到金属伞,后面再发展出电动伞。在遮阳系列之外,我们又开辟了宠物屋、户外家具和晾晒用具等产品线,建立起较为完备的户外业务体系。”在同质化的竞争“红海”中突出重围,浙江正特董事长陈永辉的制胜之法并不复杂,“这么多年发展下来,我们在创新上从未停步。”

如今,站在上市的聚光灯下,浙江正特的战略蓝图愈发清晰。“国际、国内市场,我们要两条腿走路;线上、线下渠道,我们要两手都抓。”如果要从上述划定的路线图中拎出一条“主线”,陈永辉坚定地说,“数字化就是我们打造核心竞争力和实现长远发展的关键所在。”

创新不止步

从初创到壮大,回望过去,陈永辉将浙江正特的发展历程分为三个阶段。

1996年,公司前身正特有限成立。陈永辉回忆道:“应该说正特的诞生是基于特定历史背景的。20世纪90年代初,民营企业还没有自主进出口权。恰逢当时欧洲户外家具进口商把太阳伞带到了临海,希望在这里寻找合适的加工商。抓住这个机会,我们从来料加工做起,并逐步通过外贸公司拓展以欧洲市场为主的产品出口业务。”

随着中国2001年加入WTO,浙江正特驶入了高速发展的“快车道”。这一年,公司开始自营出口业务。2008年后,公司业务不断扩展,新增宠物屋等系列板块。

有意思的是,2009年至今——这段被陈永辉称为“升级阶段”的发展新征程,竟是以一款产品的获奖为标志性起点的。2009年,公司自主研发的太阳能电动伞获得德国科隆SPOGA国际博览会创新设计奖。次年,公司成为上海世博会户外遮阳伞类供应商。此后的十余年间,浙江正特设计的产品曾五度斩获“红点奖”。2019年,浙江正特在上海成立研发中心。

设计上的巧思何以“点石成金”?陈永辉表示:“按照国际惯例,贴上‘红点’标签后,每件产品的市场价格可以直接提高30%以上。这既是对我们研发能力的认可,也是我们能从一众户外家具用品厂商中脱颖而出而获的资本。”

“真正把浙江正特所走过的路都串联起来的,是我们一直以来的创新步伐。”陈永辉骄傲地说,截至2021年底,公司共拥有境内专利115项,境外发明专利24项和外观设计专利172项。

电商新版图

化危为机的能力,来自未雨绸缪的布局。2008年金融危机中,传统外贸行业饱受冲击,陈永辉第一次感受到了业务难做。于是,建设海外渠道,成为他的破局之法。与此同时,公司大胆迈出了从OEM/ODM向OBM转型的探索步伐。

2014年以来,浙江正特自主品牌Abba Patio、Sorara的相关产品陆续采用跨境电商模式,通过亚马逊等互联网平台在北美、欧洲等地区开展销售。为此,公司还对经营策略进行了相应调整。“过去,我们只注重交付端的成本管理和品质管理。但现在线上直接面对消费者的模式转变,逐步推动我们向更注重产品研发和市场营销的零售思维转变。”陈永辉表示。

自此,海外电商成为浙江正特探索外贸转型升级、实现品牌战略的重要“落子”。从第三方托管运营,到建立海外子公司、海外仓,近年来,公司的运营能力快速成长。2014年,浙江正特的线上销售额仅有数百万。而至2021年底,公司来自跨境电商的销售收入已高达1.73亿元。前不久,为了线上订单能够及时送达客户,陈永辉还对美国海外仓仓位进行了优化整合,公司旺季日出单能力可达2000多单。

数字化赋能

“数字化一定是制造的未来。”这一判断,基于陈永辉在行业深耕数十年的理解。“总体来说,户外休闲产业及其配套产业目前仍属于劳动密集型产业,门槛并不算高。例如越南、印尼等国家凭借着其人力成本和木材资源的优势,已占据全球户外休闲用品近三分之一的市场。此外,国内还有顺德、宁波、青岛、霸州等多个户外休闲产业集群,行业竞争十分激烈。”

如何在同业竞争中实现突围?又如何在国际分工中占得一席?数字化成为浙江正特找到的有力抓手。一方面,户外家具用品企业业务规模的扩张以及人力成本的不断攀升,对企业的产品研发、成本控制、市场营销等方面提出更高需求;另一方面,有效融合传统生产加工与智能制造,对于企业降本增效的作用也愈发凸显。

“从发展情况来讲,正特的数字化改造已经取得了相当进展,应该说已在业内处于比较领先的位置。”转型路上的领跑姿态怎样助力公司行得更远?对此,陈永辉不假思索地答道,“数字化和自动化对生产效率的提升,将彻底改变未来产业竞争格局,我们会比单纯凭借人口红利竞争的地区更有优势。”

落实到具体动作上,陈永辉告诉记者,浙江正特本次上市募投项目之一——年产90万件户外休闲用品项目将全面引入数字化改造。他说,这是对公司未来发展的信心,更是对中国制造升级的切实支持。