

雷达汽车拟择机IPO 李书福资本版图有望再扩容

◎孙小程 记者 俞立严

李书福和吉利控股集团的资本版图或再添一角。

4月26日，吉利控股集团旗下首个纯电皮卡品牌雷达汽车举办“为创业而创新”发布会，正式推出新车雷达RD6创业板。雷达汽车有关人士向上海证券报记者表示，雷达汽车登陆资本市场是确定项，公司会遵循正常进度，择机IPO。

有着“汽车狂人”之称的李书福，实际上也是一位资本运作高手。自2010年收购沃尔沃汽车以来，他与吉利对收购、整合、拆分、上市等资本运作手段愈发熟练，旗下公司也一个接一个走向资本市场。

目前，吉利控股集团和李书福旗下已有7家上市公司，分布在上交所、深交所、港交所、纳斯达克、瑞交所等境内外交易所。此外，吉利还官宣了极氪、路特斯正在推进IPO的消息。旗下曹操出行、远程汽车两家公司也传出上市消息，但未获官方置评。

对于遵循规模经济规律的汽车行业而言，实施多品牌战略让大众集团、通用汽车在燃油车时代构建起了自己的汽车王国。而新能源时代，谁将在规模化上下好先手棋，造就新的汽车王国？

补缺：瞄准纯电皮卡新蓝海

记者注意到，雷达汽车颇为年轻，该品牌于2022年7月12日正式推出。2022年10月，雷达首款量产车型RD6在山东淄博智慧工厂正式量产下线，同年11月9日该款车型正式上市。本次发布的新车RD6创业板，在配置上略微有所调整，价格竞争力进一步增强。

与大多数新能源品牌主攻的乘用车领域不同，雷达汽车瞄准了更为小众的皮卡。乘联会数据显示，2022年全国皮卡销量达到51万辆，同比下降5.8%。作为对比，同期全国乘用车销量为2054.3万辆，同比增长1.9%；全年新能源乘用车国内零售567.4万辆，同比增长90%。

显然，与新能源和乘用车两个“大盘”相比，皮卡可以算是一个在收缩的小规模市场。

作为一个成立不足一年的品牌，雷达汽车为何“剑走偏锋”？一方面，全国各地皮卡解禁政策支持持续落实，皮卡市场持续扩容；另一方面，新能源皮卡市场渗透率仅为0.92%，增长空间较为广阔。

从上海车展情况来看，新能源乘用车已是百花齐放，但新能源皮卡却是寥若晨星。国家信息中心信息化和产业发展部副处长谢国平曾表示，皮卡车型的新能源化



已经是一个确定的发展方向，并且已经具备了良好的发展基础。

对于吉利控股集团的品牌矩阵而言，雷达汽车的诞生也有着重要意义——在雷达汽车之前，吉利的品牌已经相当完善，包括轿车、SUV、超跑乃至摩托车，唯独皮卡是个短板。

上市：雷达汽车有备而来

不光是补足产品上的短板，雷达汽车对于吉利控股集团的资本版图，也能起到增益作用。

在雷达RD6创业板新车发布会现场，雷达汽车有关人士向记者表示，雷达汽车登陆资本市场是确定项，公司会遵循正常进度，择机IPO。雷达汽车CFO王达学此前也直言：“雷达有备而来，上市是一直在考虑以及规划之中的事情。”

“吉利控股集团无疑会在我们需要的时候提供资金支持。雷达汽车寻求外部融资还有三点原因：一，我们需要社会资金支持；二，新能源皮卡行业投资未来可期，会产生很好的回报，我们希望能与资本市场的合作伙伴同行；三，上市是目的，更是手段。因为上市公司对公司治理提出更高的要求，作为一家初创公司，我们希望能以高标准要求自己，这会对公司未来的成长产生非常正向的影响。”雷达汽车CEO凌世权表示。

不过目前，雷达汽车有关人士表示，在融资动态上没有进一步信息可以透露。天眼查显示，雷达汽车现由吉利控股集团100%持股，尚未引入外部投资者。

对于“送子单飞”，吉利一直保持较为开放的态度。在此前的业绩说明会上，吉利控股集团CEO、吉利汽车控股有限公司副主席、执行董事李东辉表示，吉利控股集团各品牌上市主要考虑增强相关品牌影响力和提升吉利控股集团抵御风险的能力。

扩容：拟IPO“选手”不断增加

李书福也被视为一位资本运作高手，在他掌控下的吉利也走出了不一样的步调。

通过对外并购，或是内部孵化，吉利控股集团和李书福的资本版图越做越大，旗下上市公司多达7家，包括港股上市公司吉利汽车；A股上市公司钱江摩托、汉马科技、力帆股份；美股上市公司亿咖通科技、极星汽车；瑞典上市公司沃尔沃汽车。

外界更为关注的是，吉利控股集团和李书福旗下还有多个子公司正在推进IPO。在今年3月21日的业绩发布会上，极氪智能科技CEO安聪慧表示，极氪在去年12月初已经申请美股IPO，目前正在监管审核中。极氪会根据市场行情，研究部署完成上市。

除了极氪，吉利控股集团

收购而来的英国跑车品牌路特斯和特殊目的收购公司（SPAC）L Catterton Asia Acquisition Corp 达成最终并购协议。在完成合并后，新公司将保留路特斯科技（Lotus Technology Inc.）作为公司名称，并将在纳斯达克上市，股票代码为“LOT”。

共享出行平台曹操出行和商用车独角兽远程汽车近期也传出正在准备IPO的消息，吉利有关人士对此不予置评。

自2010年成功收购沃尔沃汽车以来，吉利控股集团已经摸索出了在汽车业借助资本运作、整合资源的一套“模式”，对于收购、整合、拆分、上市等步骤愈发熟练。

“车海战术”背后的规模效应，被李书福视为汽车行业的基本规律。他曾在内部讲话中表示，汽车行业基本规律“规模制胜”不会改变，最终全球汽车工业企业中，存活下来的数量不会太多，只有规模企业才能生存下来。



雷达RD6创业板

家电也“出圈” 上市公司新品秀出消费“新场景”

◎记者 温婷

帐篷里看电视，虚拟拍摄替代影视场景的实景布置，酒店接入全屋智能改造——在2023年中国家电及消费电子博览会（AWE）上，家电产品“出圈”到“小家”之外，别有一番风景。众多上市公司携新品亮相，争奇斗“智”。

中国家用电器协会执行理事长姜风在AWE开幕式上表示，中国是推动全球家电和消费电子领域增长的主要引擎。而在众多与会人士看来，技术革新带来的场景出圈，也为家电和消费电子产业增添了新动力。从“产品工程师”到“场景工程师”——家电人有了新身份，也将家电的产值带上了新台阶。

新动能：重技术，更重场景

4月27日一早，海信展台已经被参观者围得里三层、外三层，海信酝酿已久的激光电视新品L8K揭开了面纱。作为全球首个获得IMAX Enhanced认证的激光电视产品，L8K是海信激光电视创新力作，集电影原色、电影原声、电影原片、健康护眼、家居融合五大特质于一体，在新一代LPU数字激光引擎加持下，L8K通过纳米级控光实现超高色域，超越了电影工业标准。

海信激光电视产品部总经理姜龙告诉上海证券报记者，这款将于5月上市的新品除了适合于客厅的观影体验外，还将适用于会议和教育场景，在商用领域也有巨大的拓展空间。

今年以来，促消费举措频出，各家电厂商都在摩拳擦掌拼内力，而商用场景已经成为各大龙头重点布局的一环。据姜龙透露，海信电视的产品规划更多是从场景出发。“未来家电厂商的竞争不仅体现在技术层面，科技创新一定要落地到真实的场景中，而非为了创新而创新。”

海尔集团高级副总裁、海尔智家董事长兼总裁李华刚表示：“我们有冰箱团队、空调团队、热水器团队，可我们没有厨房团队，因

为在厨房里要跨越产业的界限。”据介绍，海尔智家建立了第一个场景品牌三翼鸟，海尔的产品工程师正在变身场景工程师。

而家电企业的战略调整，在今年的AWE展会现场已经有所体现。记者注意到，各大展商选择通过场景来秀肌肉。海尔在现场搭建起“四大场景盒子”全场景智慧样板间，展示依托智家大脑打造的娱乐、洗浴、睡眠等N种个性化场景。华为首次在AWE展出全屋智能解决方案，规划了双层空间超800平方米的展台，沉浸式呈现智慧家庭、酒店等行业空间智能场景。

新趋势：更智能，更低碳

在新兴数字技术的加持下，家电及消费电子产品不仅全面打通客厅、厨房、卧室、卫浴等生活场景，更通过与AI、虚拟现实、新能源等技术的深度融合，变得更智能、更集成、更低碳。

捷赛厨电展出了“无线换能岛”无线

厨电解决方案和新一代智能烹饪锅等首发新品。该方案采用了第三代碳化硅变频感应技术，隔空实现大功率热能、电能传递，独立三区换能单元、自动识别锅具或容器类型、自动适配智能化控制策略，更好地解决了厨房场景电源线布线复杂、又存在安全隐患的问题。

万和电气在展会现场获得了英标管理体系认证（北京）有限公司颁发的富氢CE认证书，该证书是国内颁发的第一证，意味着万和电气燃气具获得了欧洲市场准入许可。

公司还计划在富氢天然气型燃气具和纯氢型燃气具方面进一步突破。

新生态：家电家居共促共生

数据显示，今年的AWE展商规模突破了1000家，除了吸引到海信家电、万和电气、海尔智家、TCL、老板电器等家电企业外，同场“竞技”的还有瑞德智能、鹏辉能源等一批智能电机、新能源的链上企业。“今年我们

展位预订得晚了，离整机客户近的展馆都被提前订光了。”消费类电池龙头鹏辉能源的一位参展工作人员告诉记者，开展第一天，已经有不少家电客户和供应商来到展台询问，现场的人气比她预想得还要火爆。AWE朋友圈和生态版图的拓宽也带来了家电、家居、供应链的共促共生。

作为家电产品的重要销售渠道，京东、抖音、天猫等销售平台也在针对新场景求变。京东消费及产业发展研究院结合近期消费数据和趋势的研究表明，居家消费场景依然有较大增长空间。2023年第一季度，京东“家电家居双栖用户（即购买家电、家居双品类用户）”同比增长近10%，这些消费者人均购买2.5件家电产品，同时也买了5.7件家居产品。

京东家电家居事业部负责人表示，消费需求的变化，促使家电与家居的交集变得更加密切，两者的分界线越来越模糊。为顺应家电家居一体化趋势，京东家电家居将继续优化人货场。

关于防范和识别不法分子假冒东浩兰生名义从事非法活动的严正声明

近日，东浩兰生（集团）有限公司（下称“东浩兰生集团”）下属上海东浩兰生投资管理有限公司（以下简称“东浩兰生投资”，合称“东浩兰生”）发现，有不法分子冒充东浩兰生投资、东浩兰生投资在职管理人员的名义，并冒用东浩兰生集团标识，制作和传播虚假宣传图，诱导公众参与投资活动。

上述非法活动不仅侵害了广大公众投资者的合法权益，同时也严重侵害了东浩兰生的合法权利及声誉。为此，郑重声明如下：一、东浩兰生从未授权相关人员参与“向上海市慈善基金会捐款人民币1000000元，注入唯爱天使专项基金”一事，网络捐款宣传为不法分子引用其他宣传内容及图片，通过后期制作的虚假宣传。

二、东浩兰生投资项目未面向个人投资者开展任何培训、咨询活动。东浩兰生官方网站（<https://www.ebls-group.com/>）、微信公众号（名称：东浩兰生）是东浩兰生官方自媒体信息平台，请各位投资者关注上述官方途径的信息，不可轻信非官方渠道信息。

三、东浩兰生投资从未委托任何第三方机构或个人开展客户服务活动，任何假冒东浩兰生投资名义设立网站、微信公众号、手机

App或其他交易软件、客服热线、投资群等行为，均非授权行为。

四、广大公众及投资者发现可能存在假冒东浩兰生宣传图、诱导公众参与投资活动等情形，请及时联系东浩兰生进行查询核实，并及时向公安机关报案。若投资者已发现或卷入相关非法活动可能遭受损失的，请保留证据且立即向当地公安机关报案或向其他相关部门举报。

东浩兰生查询电话：021-22068247

（邮件请发至：tongll@ebls-group.com）

五、东浩兰生严正要求不法分子必须立即停止一切侵权违法行为，并对由此造成的不良后果承担全部法律责任，东浩兰生保留通过法律手段进行追究的权利。

敬请广大投资者提高警惕，远离非官方授权活动，谨防上当受骗，识别和防范冒用“东浩兰生”等名义进行虚假宣传等违法违规活动，提高对非法活动的辨别能力以保护自身合法权益。特此声明。

东浩兰生（集团）有限公司
2023年4月28日

国有企业 加速实施数字化转型行动

◎记者 王子霖

4月27日，第三届国有企业数字化转型论坛在福州举办，论坛主题为“数字赋能国企创新引领未来”，由国务院国资委主办，中国电子信息产业集团有限公司和福州市人民政府共同承办。

国务院国资委党委委员、副主任赵世堂在论坛上表示，国务院国资委牢牢把握做强做优做大国有企业这一根本目标，抓住数字化网络化智能化融合发展契机，深入实施国有企业数字化转型行动计划，推动中央企业在产业数字化、数字产业化等方面取得积极进展，为数字中国建设增添了一抹亮色。

国资委将立足“两个大局”，强化企业科技创新主体地位，推动国有企业深化统筹部署，强化重点突破，优化保障机制，进一步加快数字化发展，切实担负起在数字中国建设中的使命责任。

在4月27日下午举办的云生态大会央企分论坛上，中国电信与多家央企举行行业云和公有云签约仪式，同时还推出了国资委SaaS应用服务共享平台。其中，中国电信与国家能源集团就煤炭行业云完成签约，与中国航信、中国东方航空完成民航云签约，与中智集团就人力资源行业云完成签约，与中国中化等企业完成了化工行业云合作的签约。

此外，本届论坛还发布了10项国有企业数字技术成果，公布了国企数字场景创新专业赛获奖名单，发布了国有企业数字化转型十大趋势，其中包括数据激活、场景创新、产业互联、同频共振、数实融合等关键词。

记者注意到，过去一周，国资委先后召开了全国国资委系统构建国资监管大格局研讨培训班和国资委央企信息化工作推进会议，强调要重点抓好“系统提升数字监管智能监管能力”以及“着力提高智能监管水平，全面推进国资委云体系和大数据体系建设”等工作。

国务院国资委党委委员、副主任翁杰明在全国国资委系统构建国资监管大格局研讨培训班上表示，经过全国各级国资委的共同努力，省级、地市级国资委中统一监管比例超过99%，国资监管大格局建设取得实质性突破。

他强调，下一步，要全面加强专业化体系化法治化监管，巩固构建国资监管大格局的体制优势。同时，要系统提升数字监管智能监管能力，不断提升国资国企在线监管系统监测预警、决策支持能力，实现实时监管、精准监管、有效监管。健全跨部门协同监管机制，提升综合监管效能。

翁杰明在出席国资委央企信息化工作推进会议时强调，要积极顺应信息化发展趋势，坚持问题导向、目标导向、结果导向，顺势而上、顺势而为，全面开启国资央企信息化工作新征程。要着力提高智能监管水平，全面推进国资央企云体系和大数据体系建设，持续健全完善信息化工作保障机制，在建设世界一流企业过程中，同步建成一流信息化能力，以“智慧国资、数字央企”建设，更好促进国资监管效能提升，加快推进国资央企高质量发展，为推进国家治理体系和治理能力现代化贡献更大力量。

西藏旅游拟控股新绎游船 完善旅游业务产品体系

◎记者 李兴彩

4月28日，西藏旅游发布筹划重大资产重组的提示性公告。公司正在筹划以支付现金的方式向新奥控股投资股份有限公司（简称“新奥控股”）购买北海新绎游船有限公司（简称“新绎游船”）不低于51%股权，具体收购比例待进一步论证和协商。本次交易完成后，新绎游船将成为公司控股子公司。

根据披露，新绎游船成立于2010年10月，注册资本2.21亿元，新奥控股持有其100%股份。新绎游船的主营业务为海洋旅游运输服务。

西藏旅游表示，本次交易完成后，新绎游船将成为上市公司的控股子公司，公司的主营业务将在旅游景区、旅游服务及旅游商业基础上新增海洋旅游运输服务业务，从而进一步完善旅游业务的产品体系。本次交易完成后，预计公司业务规模和盈利水平也将有所提升，有利于加强公司综合竞争力。

西藏旅游当前颇为需要注入优质资产，助推公司提升盈利能力。财务数据显示，西藏旅游2022年实现营业收入1.21亿元，同比减少30.53%；实现归属于上市公司股东的净利润-2938.06万元，公司已经连续亏损两年。今年一季度，西藏旅游实现营业收入2538.73万元，同比增长139.69%，但归属于上市公司股东的净利润继续亏损867.26万元。公司表示，今年一季度国内旅游市场复苏显著，旅游景区经营收入涨幅明显，在营收拉动、管理机制持续优化下，实现减亏约62%。

对于旅游市场，西藏旅游认为旅游经济长期向好，行业正在加速转型升级，并购重组将加剧。2020年以来，景区运营类上市公司普遍遭遇业绩下滑或亏损的局面，未来流动资金是否充裕、传统业务能否成功转型等问题，都是旅游企业面临的挑战。

西藏旅游在2022年年报中表示，未来，公司将聚焦旅游主业，通过产品创新发掘资源价值，通过体验创新深挖游客价值，通过营销创新提升传播效果，将产品、营销、服务和运营以智慧旅游载体协同发力，为游客提供更具吸引力和美好体验的定制化、特色化旅游产品，公司将成为具有独特自然和人文特色的专业旅游运营商。