

天能集团董事长张天任：

新能源汽车应“两条腿走路”

□本报记者 汪珺

全国人大代表、天能集团董事长张天任近日在接受中国证券报记者独家专访时表示,铅酸蓄电池行业整合已显成效,市场集中度进一步提高;未来整合之路仍将持续,企业“以市场占有率为先”的战略将向“以效益提高为先”转移。他同时认为,铅酸蓄电池回收产业市场空间巨大,公司从国外引进的一套设备已于2013年底开始正常运行,预计原材料转化率可达70%。

对于新能源汽车的发展,张天任认为,应选择“两条腿走路”,不妨以低速短程电动车为切入口,由低到高,从易到难,在研究高端新能源汽车的同时,鼓励发展能满足百姓现阶段需求的中低端新能源汽车。

行业整合路未尽

中国证券报:铅酸蓄电池行业的整合效果如何?目前呈现怎样的格局?

张天任:2011年以前,中国铅蓄电池行业呈现“小、散、乱”的特点,国内大小小铅蓄电池厂将近3000家。经过一轮整合,到2013年底,正常在产的企业数量减少到300家以内。中小企业数量减少的同时,大企业则通过技术改造,大幅提高产能。因此,上一轮整合中,尽管铅蓄电池企业数量减少,但产能并没有明显降低。

2013年,行业开始新一轮的整合。在这轮整合中,我认为要新进入这个市场更加困难了,因为品牌的力量日益凸显,即使某个企业拿到生产许可证,但其生产的东西也未必有人买。因此,技术不好、规模不大、缺乏创新的中小企业会进一步被淘汰;大企业则会进一步提高市场占有率,同时加快技术创新,优化产品结构布局。

总的来说,铅蓄电池行业淘汰落后产能、进行自身整合的路子还是要走下去。这是个痛苦的过程,并且已经持续两年。因为下游一些新的市场领域出现,我认为2014年行业形势将好转。未来,铅蓄电池生产企业“以市场占有率为先”的战略将向“以质量、效益提高为先”转移。

中国证券报:面对这样的产业格局,天能集团如何应对?

张天任:天能集团正在积极进行产业结构调整:传统业务领域几乎不再进行大的投入,新兴业务规模则在以约100%的年均增长速度提升,如锂电池、电动汽车铅蓄电池、铅蓄电池回收业务



新华社图片

电池回收市场空间大

中国证券报:锂电池和铅酸电池未来的发展方向怎样?

张天任:电池技术未来方向是锂电池没错。但锂电池目前存在几个问题:一是自身技术不过关,主要是一致性不够、安全性不够;二是成本高;三是锂电池目前还没有一套完整的回收体系,这就意味着不可持续。而锂电池的回收再利用目前还没有成熟的案例可借鉴。

铅蓄电池的优点目前主要有四方面:成本较低、技术成熟、安全可靠、可循环利用。至于大家关心的污染问题,只要相关部门明确标准、监管到位,还能继续生产的企业就是符合环保要求的。这和核能是一样的道理,关键是管理,用好了就是清洁能源。

中国证券报:能否简单介绍一下铅蓄电池回收市场的情况?

张天任:粗略估算,目前全国有200多万吨废电池,但回收处理的仅30%,而国际平均水平是80%,因此有很大市场空间。对于企业而言,进行铅蓄电池回收利用,一是尽企业社会责任,二是能稳定原料供应。

在回收处理能力上,天能集团2012年从意大利引进了一套全套设备,经过一年多调试、磨合,2013年年底开始正常运行,2014年预计贡献业绩。根据评估,该套设备正常运行后原材料转化率约70%(即100吨回收电池可转化为70吨原材料),利润率约5%-8%,预计随着技术深化、生产规模化以后,利润空间将进一步提高。

天能集团计划在河南再建一个同

样的设备,部分核心装置国外引进,部分可替代装置国内加工,目标是“打造城市矿山”,把城市垃圾拿回来拆解利用。目前,天能是国内唯一一家拥有成套铅蓄电池回收装置设备的公司。

电动汽车应“两条腿走路”

中国证券报:如何看待特斯拉这类新能源汽车在中国的发展?

张天任:从技术角度而言,电动汽车不光是电池问题,更重要的还是一个体系管理。特斯拉最成功之处在于其电池系统管理技术,可以让6000多个电池同时有序地进行工作。目前国内的电池系统管理技术还跟不上,仅仅解决了重量问题或者充电问题。

从市场角度看,特斯拉这样的高端电动车是有市场的,但在中国发展还需要一个过程。欧美人的消费观念和消费能力和我们不一样。比如,丰田普锐斯在美国很好卖,在中国就不畅销。因为中国中低收入人群较多,开车主要解决的是短途交通问题而不是娱乐休闲。对于他们而言,成本是很重要的因素,特斯拉这样的高端消费品,不是不想买而是买不起。但我相信,一旦技术成熟、成本下降,特斯拉这样的高端电动车还是会在中国得到效仿和推广的。

中国证券报:怎么看低速短程电动汽车的发展前景?

张天任:低速短程电动汽车是由市场自发形成的新兴产业,在广大农村、城乡结合部、三四线城市有很大市场,但目前缺乏统一的生产技术标准和上路运行的道路管理依据,鱼龙混杂,反过来会扼制这个产业的发展。对此我有两点建议:

一是建议在市场准入上给予放开,各地政府或者公安、质检部门可以制定具体的实施细则以保障安全;二是建议尽快出台生产技术标准,比如电池技术路线、最高时速、一次充电行驶最高里程数等。中国民间创新风起云涌,对于市场有需求的东西国家不能扼杀,也不能等发展起来以后再匆忙制定标准,这方面希望政府有所担当。

总体而言,对于电动汽车的发展,我认为要两轮齐驱发展——高端技术要不断完善,中低端汽车也很有市场,也应给予鼓励支持。现阶段,建议以低速短程电动车作为切入口,从低到高、由易到难,既不要放弃研究真正意义上的新能源汽车,也不要扼杀老百姓现实需要的低速短程电动车。中国人不可能全开宝马、奔驰,要满足不同消费群体的需求。

统计口径失误致核桃露营收暴增 承德露露更正中报数据

3月18日晚间,承德露露更新了2013年中报,核桃露营业收入由原先中报中的2.29亿元改为了0.89亿元,终于为其令人看不懂的2013年年报画上了注脚。

3月12日,承德露露披露2013年年报。报告期内公司实现净利润3.33亿元,同比增长50.13%。但令人看不懂的是,其核桃露产品实现销售收入1.47亿元。而在公司半年报中,这一数据为2.29亿元,这比全年营收还多了8216万元。

在半年报出炉后,受此“利好”误导,不少券商研究员纷纷中招。有研究员更是直接给出了核桃露全年

收入超4亿元的乐观估计,承德露露的股价则从2013年8月底的23元一路走高,2013年10月14日更是创下了30.4元的历史新高。

公告称,在2013年年报发布后,经公司核对发现,由于工作失误,在《公司2013年中期报告》中分产品的“核桃露”包含了果仁核桃、花生露产品的营业收入1.40亿元。而在2012年、2013年年报中,分产品“核桃露”仅为核桃露系列产品。直到2013年年报发布,公司一直未能发现上述定期报告中对产品归类统计口径的不同,因此未予及时更正。(任明杰)

中石化易捷销售公司成立

中国证券报记者3月18日从中石化集团获悉,中国石化销售有限公司的全资子公司——中石化易捷销售有限公司3月17日在北京正式成立。中国石化非油品业务向市场化、专业化发展迈出重要一步。

中国石化销售有限公司自2008年起涉足非油品领域,目前在全国3万多座加油站内开设易捷便利店2.3万家。经过5年多时间发展,易捷的销售额由最初的十几亿元增长到2013年的133亿元,成为便利店连锁行业开店最多的品牌。

LED“钱景”招手

三安光电聚飞光电“结盟”

三安光电3月18日晚间公告,公司与聚飞光电签订了《战略合作协议》。协议约定合作期限为三年,其中2014年3月至2015年3月期间,聚飞光电向公司采购LED芯片,金额约为2亿元(随着市场情况变化,可变动金额±15%)。后续两年的采购品种及金额由双方另行协商,并签订书面补充协议确定。

公告表示,该合同履行对公司2014年度及后两年销售收入和业绩将产生一定影响。聚飞光电则表示,

近年来公司快速发展,对上游原材料的需求持续扩大,与三安光电建立战略合作关系,有利于稳定公司主要原材料LED芯片的供应,降低产品生产成本。

三安光电表示,目前LED市场需求旺盛,公司主要设备MOCVD已开满。据多方预测,今年LED市场渗透率将会逐步加大,为应对旺盛的市场需求,公司将采取一系列措施,本次与聚飞光电合作将有利于进一步提高公司产品市场占有率。(刘兴龙)

合肥百货入驻京东开放平台

合肥百货3月18日晚间公告称,近日,公司全资子公司安徽百大易商城有限责任公司,与北京京东世纪贸易有限公司洽谈并达成合作意向,百大易商城拟以“中国特产安徽馆”的形式入驻京东开放平台,充分依托公

司零售、农批市场业务等资源,重点开展安徽省名特优特产及安徽区域生鲜经营等网络布局和销售。公告称,本次合作对本年度财务状况和经营成果均不构成重大影响。(任明杰)

陕鼓动力8万等级空分压缩机试车成功

陕鼓动力自主研发的首套国产化8万Nm3/h等级空分装置配套离心压缩机日前试车成功。这是公司继2012年研制成功6万Nm3/h等级离心空气压缩机后,再上一个新台阶,打破了该等级压缩机国外垄断的现状。

陕鼓动力总经理陈党民表示,这是国产化重大装备的再次突破,此次研发突破了多项技术难题,标志着公司已具备批量设计制造超大型空分压缩机的能力。

空分压缩机是煤炭深加工领域

的核心设备。随着天然气在一次能源消耗比例的提升和煤化工的发展,市场成长空间巨大。

陕鼓动力近年来加快产业升级,积极布局环保和新能源领域。2013年陕鼓动力新型能源市场订货金额为15.06亿元,占公司总订货量的18.82%。

据悉,目前陕鼓动力正在进行10万Nm3/h等级空分压缩机组的样机制造,预计在2014年6月进入工厂试车阶段。(万晶晶)

山东路桥预计中标3.72亿项目

山东路桥3月18日晚间公告称,公司全资子公司山东省路桥集团有限公司与江苏东珠景观股份有限公司作为联合体被确定为青岛临港经济开发区园区环境综合整治提升工程施工总承包项目候选人,预计中标3.72亿元。

公司称,该项目若顺利实施,将对公司未来年度的经营业绩产生积极影响。另外,公示金额为联合体中标金额,其中路桥集团预计工程额度尚未确定,由于项目尚处于公示期,能否最终取得《中标通知书》尚存在不确定性。(任明杰)

全球最大石油展19日举行

页岩气装备成亮点

中国证券报记者从业内获悉,全球最大石油展——第十四届中国国际石油石化技术装备展览会(cippe)将于3月19-21日在北京新国际展览中心举行。页岩气装备将成为本次展会的亮点,上百家页岩气装备企业将参会。

本次展会中,涉及页岩气相关技术与装备的国内参展企业有中石化石油工程机械有限公司、杰瑞集团、南阳二机、四川宏华、山东科瑞、上海神开、三一重工等。作为工程机械行业巨头,三一重工首次携页岩气相关装备参展颇为引人关注。

同时,贝克休斯、雪姆钻机、卡特彼勒等国际巨头推出了钻机、压裂车

组、井下设备、动力设备等页岩气勘探开发新装备,其中很多技术在中国首次亮相。

海洋工程装备也成为此届展会的关注重点,海工装备企业比例接近40%。业内人士认为,我国海洋油气资源探明率较低,整体上处于勘探早期阶段,未来将加大对海洋石油的勘探力度,海工装备市场空间将进一步打开。

第十四届中国国际石油石化技术装备展览会由振威展览、《石油与装备》杂志联合主办,支持单位为中国石油和化学工业联合会、中国石油和石化化工设备工业协会、中国国际贸易促进委员会化工行业分会。(汪珺)

主营业务增长乏力

利欧股份跨界打入数字营销领域

□本报实习记者 欧阳春香

互联网大潮席卷传统制造业。主营业务为水泵和园林机械的利欧股份日前公告,拟以3.44亿元收购漫酷广告85%股权,进军互联网领域。公司董秘张旭波18日接受中国证券报记者采访时表示,以后将在数字营销领域继续深耕,并对其他拥有资源的互联网平台入口型公司保有兴趣,未来将打造互联网产业的完整业务链条。

跨界数字营销领域

上海漫酷广告有限公司主要以其全资子公司Media V为平台开展业务。Media V是中国最大的电商整合营销服务机构,拥有独特的数字应用与大数据技术。中国前50大电商网站中,超过70%都是Media V的客户,包括京东商城、易讯、1号店、唯品会等知名电商。Media V近几年在汽车行业也取得高速增长,成为国内知名的汽车网络营销机构之一。

数字营销前景广阔,艾瑞数据显示,2013年中国互联网广告市场总体规模达1100亿元,比2012年的753亿元上涨了46%。预计中国互联网广告市场的总体规模将继续保持高速增长,2015-2016年有望突破2000亿元大关。

近几年,上海漫酷销售收入出现跳跃式增长。2013年度,上海漫酷总营收为8.8亿元,同比增长30%,净利润则从2012年的-1391万元大幅跳增到2689万元。

利欧股份表示,此次收购是公司尝试“外延式”发展的举措。收购完成后,数字营销业务将成为公司互联业务板块的第一块拼图,公司主营业务将由通用机械制造向互联网业务领域逐步扩张,形成“机械制造+互联网”双主业齐头并进的态势,为公司培育新的利润增长点。

张旭波说,公司未来将利用Media V和上市公司资本平台,继续并购一些专注于消费子行业且业绩优秀的营销公

司和在某些细分技术领域如微信营销、智能电视营销等具有显著技术优势的公司。公司传统的制造业务如家用泵产品未来也可能“触网”,通过网络营销的方式销售家用泵产品。

管理模式上,标的公司将维持独立运营,不过公司总部也在建立管理团队进行战略管控。以后董事会层面可能还将引进一些投资领域、互联网领域的专家,张旭波表示。

针对media V在2013年底将其技术平台业务分拆,成立上海聚效广告有限公司,本次利欧股份收购的业务板块技术含量不高的传闻,公司也进行了澄清,表示与互联网整合营销业务有关的所有技术及无形资产均完整地保留在Media V名下。

传统主业或遇“天花板”

“从传统制造业切入互联网,旁人可能会觉得很奇怪,其实我们已经考虑了两三年了。”张旭波说。公司此次转型或与传统主营业务

重组完成后的首份年报。公司2013年实现营收176亿元,净利润为9.8亿元。其中,红罐王老吉贡献了2.27亿元的净利润,相较2012年3000万元出头的净利润有大幅增长。

据业内权威人士透露,从加多宝的红罐和鸡蛋花等原材料采购量来看,以出厂价计算,预计加多宝2013年的销售收入在110-120亿元之间。

加多宝在市場布局上也领先王老吉

重组完成后的首份年报。公司2013年实现营收176亿元,净利润为9.8亿元。其中,红罐王老吉贡献了2.27亿元的净利润,相较2012年3000万元出头的净利润有大幅增长。

据业内权威人士透露,从加多宝的红罐和鸡蛋花等原材料采购量来看,以出厂价计算,预计加多宝2013年的销售收入在110-120亿元之间。

加多宝在市場布局上也领先王老吉

□本报记者 戴小河

3月18日,王老吉大健康有限公司宣布在北京成立北方总部,首期投入10亿元巨资。

据知情人士透露,王老吉北方总部的核心部门主要覆盖两大战略领域,分别是政府关系和市场营销,为华北市场的开拓作铺垫。目前王老吉的销售市场过分集中在华南、华东地区,华北、西北、

重组完成后的首份年报。公司2013年实现营收176亿元,净利润为9.8亿元。其中,红罐王老吉贡献了2.27亿元的净利润,相较2012年3000万元出头的净利润有大幅增长。