

短期内无并购计划

吉利汽车修炼新能源与智能网联内功

□本报记者 崔小粟

吉利控股总裁安聪慧日前在接受中国证券报记者时表示,吉利汽车短期内已无并购计划。2018年被公司视为转型之年,将实现从传统汽车向新能源汽车转型,从传统制造业公司向科技互联网新势力转型。另有接近吉利人士向中国证券报记者透露,吉利方面有意通过旗下新能源网约车平台曹操专车与戴姆勒进行谈判,作为入股戴姆勒后的尝试性合作。

业内人士认为,吉利汽车的模块化战略将持续提高吉利的规模效益,还将加快新车的推出速度,实现新车数量和单车销售量的双提升。未来五年,吉利将直接与合资品牌短兵相接。

海外路线发生根本性变化

近两年,吉利汽车在海外动作频频。2017年,吉利先后收购“马来西亚国车”宝腾汽车49.9%股份、豪华跑车品牌路特斯51%股权、美国太力飞行汽车公司全部业务及资产、沃尔沃集团(AB Volvo)8.2%股权。2018年2月,吉利集团收购奔驰母公司戴姆勒9.69%具有表决权的股份,成为戴姆勒第一大股东。

接近吉利人士向中国证券报记者透露,吉利方面有意通过旗下曹操专车与戴姆勒方面进行谈判。曹操专车是由吉利集团战略投资的新能源专车服务平台,目前在中国运营的车辆约1.6万辆。未来,曹操专车与奔驰旗下的car2go将可能互相开放各自业务平台,作为彼此的尝试性合作。

这也标志着吉利已明确向外界释放了全新的发展信号。安聪慧向中国证券报记者表示,吉利汽车短期内已无海外并购的新计划,吉利现在的使命和方向是将已经确定的战略规划落到实处并付诸行动。

目前,吉利旗下大的主要资产包括吉利汽车、领克汽车、沃尔沃汽车、宝腾汽车、路特斯汽车和伦敦电动汽车六个品牌,覆盖中低端品牌、中高端品牌、豪华品牌和超豪华品牌,战线扩张至欧洲、东南亚。

根据吉利规划,从2018年开始,吉利汽车的海外市场战略将重新调整:从原来单纯的贸易出口模式转为产品输出、技术输出模式,通过本地化生产建立品牌和服务渠道。

吉利的这一海外路线正在快速落地。据报道,2月28日,面向俄罗斯市场生产的新款SUV吉利Atlas在莫斯科亮相。该车由吉利在白俄罗斯工厂组装生产,开发过程中考虑到了俄罗斯行车条件的特殊性。“此前,吉利只是单纯贸易出口到俄罗斯,现在通过白俄罗斯工厂来实现本地化生产,用新的方式打开了市场。”安聪慧表示,“过几天吉利将发布全新欧洲战略,和沃尔沃全面合作打造的领克品牌,将进入欧洲发达国家市场。从目前已经体现的成果来看,吉利海外战略已经发生了根本性变化,我们要实实在在做好海外市场。”

剑指新能源与智能网联

“2018年是吉利的转型之年。我们将实现从传统汽车向新能源汽车转型,从传统制造业公司向科技互联网新势力转型。”安聪慧表示。

在刚刚闭幕的全国两会上,作为全国人大代表的李书福再次重申了“蓝色吉利行动”计划:到2020年,新能源汽车销量占吉利整体销量90%以上。其中,插电式混动汽车与油电混动汽车销量占比达到65%,纯电动汽车销量占比达35%。这意味着,在吉利2020年200万辆的目标销量中,新能源汽车的销量将要达到180万辆,其中纯电动汽车销量达到63万辆。

吉利汽车控股有限公司执行董事洪少伦表示,2018年公司计划为大部分主要车型推出新

能源版本,从而大幅提升新能源汽车的销量占比,未来所有车型都将实现电气化。

目前,吉利的多个节能与新能源汽车相关的产业化项目正在建设之中,其中最主要项目包括与科力远合作的CHS长沙油电混合动力总成项目、金华动力电池项目以及杭州的新能源汽车整车项目。

在电池供应商的选择上,吉利的布局路线是“内外兼修”。根据宁德时代披露的招股说明书,2017年1至6月,吉利控股跃升为公司第一大客户,销售额9.2亿元,占营业收入比例14.67%。除了对外采购,吉利于2017年10月投资浙江衡远、山东衡远,掌握了生产磷酸铁锂和三元锂电池技术,供其旗下包括沃尔沃、领克等CMA平台各车款配套使用。

天风证券分析师崔琰认为,随着双积分政策的推进,吉利的新能源前期布局不仅将使之免于额外的成本压力,还有可能通过油电混动等技术平台的搭建,对外销售节能减排技术,获取经济利益和行业地位。

随着电动化、智能化、网联化、共享化的快速推进,汽车产业正在迎来前所未有的变革。“原来吉利就是造车,我们的原则是造型漂亮、功能多,满足基本交通工具的需要。但现在不一样了,我们的造车理念转化为移动终端、第三空间。因此,我们推出了吉克智能生态系统。”安聪慧表示。

根据公开资料,吉客智能生态系统(GKUI)将百度、腾讯、高德、京东、喜马拉雅等相同或不同领域的互联网服务全部接入,让用户在移动应用上拥有更多选择,满足用户的用车需求。目前,2018款博越车型已搭载该系统,未来将覆盖更多吉利产品。

今年是新产品最多的一年

“近年来,吉利通过不断的海外并购合作取

得了‘体系力’的提升。现在,吉利每一款车型的推出都在细分市场得到良好表现,吉利的‘体系力’已经形成。”安聪慧表示。

洪少伦透露,2018年是集团新产品最多的一年,将推出吉利品牌首款MPV、两款轿车、两款SUV以及两款电动车,目前所有产品都将升级改款。

对于2017年吉利和沃尔沃联合打造的中高端品牌领克,安聪慧向中国证券报记者表示:“2018年至少有领克02、03两款车型投放市场。产能方面,张家口工厂已落成正在生产准备阶段。2019年,领克第三工厂将会投产,预计投资10亿-15亿元,未来产能会得到极大提升。”

随着新能源汽车和智能网联技术的发展,汽车行业有关核心零部件的话语权也在悄悄发生更迭。“作为一个主机厂来说,一家企业不可能同时发展所有方向,我们相对聚焦CMA、沃尔沃SPA以及未来电动车PMA等平台、架构的开发。从动力系统上说,我们在电机、电控、减速箱一体化全力投入,作为必须掌握的核心技术。此外,对于互联网应用,吉利在车机的软、硬件方面正在持续开发。”安聪慧表示,对于市场上已经形成的成熟产品,比如地图、空调系统、转向、制动产品,吉利将会积极对市场上有竞争力的产品进行采购与合作。

业内分析人士向中国证券报记者表示,吉利的向上突破,将沿“配套新车加研发战略协同”两大线索造就产业链投资机会。配套吉利新车型的供应商,不仅产品销量随吉利汽车销量猛增,在吉利日趋全球化和严格化的供应体系中占得一席之地,未来还有望获得全球市场份额。同时,与吉利在新能源、智能驾驶等中长期研发高度协同的供应商,也将从技术合作、市场销量、行业地位等方面全方位受益。

招商银行2017年净利润同比增长13%

招商银行3月23日发布年报显示,2017年实现净利润701.50亿元,同比增长13%;资产总额为62,976.38亿元,较上年末增长5.98%;不良贷款率较上年末下降0.26个百分点至1.61%。

具体来看,该行2017年实现净利息收入1,448.52亿元,同比增长7.62%;实现非利息净收入761.85亿元,同比增长0.67%。盈利稳步增长,归属于本行股东的平均总资产收益率(ROAA)和归属于本行普通股股东的平均净资产收益率(ROAE)分别为1.15%和16.54%,同比分别提高0.06和0.27个百分点。

资产质量上,截至2017年末集团不良贷款总额为573.93亿元,较上年末减少37.28亿元;不良贷款率1.61%,较上年末下降0.26个百分点;不良贷款拨备覆盖率262.11%,较上年末提高82.09个百分点。(张琪琪)

新和成一季度净利润增长超5倍

新和成3月23日晚发布公告称,2018年第一季度公司预计实现归属于上市公司股东的净利润14.60亿元至15.76亿元,比上年同期上升530%至580%。公司表示,报告期内,主要由于公司维生素A产品销售价格同比大幅度上升及香料类产品量价齐升,使公司2018年一季度净利润同比上升。(常佳瑞)

TCL设立境内外战略股权投资基金

TCL于3月23日晚间公告称,公司与深圳市华星光电技术有限公司、TCL多媒体科技股份有限公司拟共同打造目标约为7500万美元规模的海外并购基金及2.01亿人民币规模的国内并购基金。

公司表示,设立境内外战略股权投资基金,主要希望通过专业化的管理和市场化的运作,在全球投资与TCL集团业务能创造协同效益的产业,特别是在半导体显示、新一代多媒体及通讯领域拥有革命性技术的公司及初创企业,在获取财务收益的同时,通过该基金围绕公司所处产业进行投资与整合,强化公司在主业的核心竞争力,加速公司的产业升级和成长。(常佳瑞)

大禹节水

探索水权交易业务新模式

3月23日晚,大禹节水发布公告,公司与中国水权交易所、北京国泰节水签署战略合作协议,三方拟通过共同构建涉水项目与水权交易融合发展理念,探索社会资本参与农业高效节水、合同节水、治污、水生态环境治理项目建设的投融资新机制,共同在国内拓展业务合作。

依据协议,三方共同探索实施“农业高效节水PPP项目+水权交易”、“合同节水项目+水权交易”等新型业务模式,通过水权交易实现农业节水、合同节水等涉水PPP项目中社会资本的创新进入与退出机制;三方共同拓展全国农业高效节水、合同节水和水权交易市场,充分利用各自的信息网络和渠道,建立市场信息共享机制;

以水权交易为契合点,共同推动项目合作,针对北京国泰节水和大禹节水正在实施的节水PPP项目、合同节水项目,联合开展“PPP+水权交易”项目的顶层设计、可行性研究报告的编写、实施方案编制、项目风险防控等业务。(张宪)

中国太平

2017年总保费增近两成

3月23日,中国太平保险控股有限公司(简称“中国太平”)发布年报,2017年中国太平业务规模快速增长,总保费收入达1,787亿港元,同比增长19.7%。境内寿险新业务价值136.38亿港元,同比增长49.6%。总资产和管理资产规模达6,665亿港元和11,256亿港元,分别增长30.9%和34.0%。中国太平盈利提升,股东应占溢利61.36亿港元,同比增长27.0%。

2017年,太平人寿保费首次突破人民币千亿元,同比增长20.7%,市场排名提升至第6位;境内产险保费收入达人民币221亿元,同比增长21.4%,跑赢大市7.6个百分点;境内寿险总保费同比增长20.4%,原保费同比增长20.5%,其中个险期缴新单保费同比增长33.1%;高产能(30万元人民币期缴保费以上)人力同比增长32.7%;

银保期缴新单保费同比增长46.8%,其中10年及以上业务占比超过60%;团体短期员工福利保障业务同比增长14.0%,其中短期非健康险同比增长30.2%。个险、银保四项继续率指标保持行业领先,团体短期险赔付率保持较好水平。

2017年,中国太平境外保费规模持续增长,产险业务原保费收入32.32亿港元;太平人寿香港保费收入23.31亿港元,同比增长10.5%;再保险业务保费收入110.58亿港元,同比增长20.5%,其中中产险再保险业务同比增长36.7%,全球再保险人排名稳步提升至第36位。(王凯文)

164家独角兽企业名单发布

□本报记者 杨洁

3月23日,长城战略咨询联合科技部火炬中心在北京发布了《2017中国独角兽企业发展报告》。报告显示,截至2017年12月31日,中国独角兽企业共164家,总估值6284亿美元,平均估值38.3亿美元。其中,新晋独角兽企业62家,“毕业”(上市及并购、创立超过十年)独角兽企业20家,更是出现了10家估值在100亿美元以上的超级独角兽企业,较2016年增加了3家。164家独角兽企业主要分布于19个城市、18个行业领域,84%独角兽企业聚集于“北上杭深”。

技术驱动型企业增多

根据上述报告,蚂蚁金服以750亿美元估值排名第一,滴滴出行、小米分别以560亿美元、460亿美元估值列第二和第三。进入2017年超级独角兽(即估值超过100亿美元)企业名单的企业达到十家,除了蚂蚁金服、滴滴出行和小米外,其他超级独角兽企业分别是阿里云(390亿美元),美团点评(300亿美元),宁德时代(200亿美元),今日头条(200亿美元),菜鸟网络(200亿美元)、陆金所(185亿美元)、借贷

宝(107.7亿美元)。

估值在50亿美元以上的有微众银行、平安医保科技、口碑、金融壹账通、京东金融、饿了么、平安好医生、威马汽车、联影医疗、蔚来汽车。

报告显示,2017年,电子商务、互联网金融、大健康、文化娱乐和物流领域的独角兽企业数量排名前五,同时,这五大领域的独角兽企业估值占据了估值总额的53.9%。电子商务领域独角兽企业最多,共有33家,占比20%;互联网金融领域有21家独角兽,占比12.8%;大健康领域有14家,占比8.5%。互联网金融领域估值最高,为1592.7亿美元,占总估值的25%,比第二名电子商务领域高出690亿美元。2017年上市“毕业”的9家独角兽企业中,也有6家来自互联网金融领域。

中关村管委会副主任翁长军在致辞中表示,十八大以来新经济已然成势,独角兽企业成为新产业、新模式、新技术、新业态、新动能的代表。长城战略咨询总经理武文生在现场发布报告时介绍,人工智能、大数据、云服务、基因组学、精准医学、新能源、智能网联等技术驱动型企业成为独角兽的重要构成。

据武文生介绍,以人工智能、大数据、云服

务为代表的新生代信息技术领域出现了许多备受市场关注的独角兽企业,如旷视科技、商汤科技、优必选科技、依图科技、寒武纪科技、出门问问等;以基因组学和精准医学为代表的新一代生物技术领域有不少独具特色的独角兽企业,如复宏汉霖、三胞国际医疗、科信美德、信达生物、碳云智能、药明康德、诺禾致源等;以新能源汽车、智能网联汽车为代表的新一代智能制造领域涌现出一批优秀的独角兽企业,如宁德时代、威马汽车、蔚来汽车、北汽新能源、奇点汽车、知豆汽车、时空电动等。同时,我国聚集了大量的技术驱动型潜在独角兽企业,如果仁宝、众享比特、格灵深瞳、图森未来、ZEPP、Moov、源码智能、百泰生物、昆仑数据、中创为量子技术等。

阿里系独角兽估值占比近半

报告显示,2017年中国独角兽企业分布于19座城市,“北上杭深”聚集独角兽企业数量超过84%,其中北京中关村聚集了70家独角兽企业,高居榜首。2017年62家新晋独角兽企业包括平安医保科技、金融壹账通、联影医疗、北汽新能源、自如等也集中分布于“北上杭深”一线和新一线城市仍然是独角兽企业的主要选择。

报告提到,2017年由平台型企业孵化或投资产生的独角兽企业共77家,逐渐构成产业生态系统。其中,阿里巴巴投资、孵化的独角兽企业最多,高达29家,孵化出的独角兽包括蚂蚁金服、阿里云、菜鸟网络、口碑、阿里音乐、淘票票、钉钉、阿里体育8家,投资布局的独角兽企业则包括小米、滴滴出行、宁德时代、饿了么、旷视科技、商汤科技等。阿里系独角兽企业总估值达到3028.4亿美元,占全部独角兽总估值的48%。

此外,腾讯布局了包括美团点评、自如、滴滴出行、威马汽车等26家独角兽企业;小米布局了蔚来汽车、小鹏汽车、金山云、智米科技等12家独角兽企业;百度布局了包括爱奇艺、优信互联、我买网等8家企业。阿里、腾讯等平台型企业已基本形成了围绕消费的生活服务,涵盖“衣、食、住、行、娱、育”的产业生态。

据统计,2017年有8家投资机构投中独角兽企业数量在10只以上。其中,红杉资本投资独角兽企业35家,成为年度“最佳投手”,IDG投资17家,经纬中国和启明创投各投资16家,晨兴资本、华平资本各投资14家,高瓴资本、真格基金各投资12家。

化妆品消费增长强劲

□本报记者 常佳瑞

化妆品行业延续2017年的增长态势。国家统计局数据显示,2018年1月-2月,化妆品销售增长达到12.5%。从各大化妆品品牌的年报数据来看,高端化妆品的增长跑赢平价产品成为趋势,主因是消费升级。

高端化趋势明显

国家统计局公布数据显示,2017年化妆品零售总额达到2514亿元,同比增长13.5%。历史数据显示,2015年和2016年全国化妆品零售总额较上年增长均为个位数。

中国化妆品市场的增长带动多个国际化妆品巨头在国内市场大赚。2017年欧莱雅集团在新兴市场的销售额首次突破100亿欧元大关,亚太区域的销售额同比增长12.3%。欧莱雅表示,该增长由中国消费者在中国大陆及香港市场的消费热情驱动,兰蔻、科颜氏、圣罗兰等高档化妆品在中国市场销售很好,增速高于巴黎欧

莱雅、美宝莲等品牌的大众化妆品部。

据雅诗兰黛集团2018财年二季报显示,包括中国市场在内的亚洲地区销售额增长33%至8.74亿美元。得益于雅诗兰黛、M.A.C、Tom Ford等品牌均受到了中国消费者的欢迎,雅诗兰黛在中国市场实现两位数增长。

亚洲品牌方面,日本公司资生堂财报显示,中国是资生堂最大的海外市场,2017年销售额同比增长20.1%至1443亿日元,营业利润同比增长2.12倍至113亿日元,主要受益于资生堂、肌肤之钥、茵芙莎等高端化妆品在中国保持了高增长态势。韩国公司LG生活健康财报显示,2017年中国区销售额同比增长34%。其中高端产品“后”、“SU:M37°”等在以中国为代表的海外市场取得不俗成绩。

JDNC消费指数发布的《2017年-2018年美妆消费报告》显示,中国消费者的高端护肤理念逐渐增强。从用户来看,80后、90后是护肤美颜的主力军,19至25岁用户更是走年纪轻轻便使用国际大牌的“高端范儿”。从产品来看,大

数据显示,2017年面部护肤、香水彩妆、身体护理、香水彩妆等颜值消费品类消费额高速增长,护肤越来越“精致”。2017年同比增长最快的还是眼霜,以145.8%增长排名第一,其他依次是精油、精华、面膜。报告指出,精华品类的增长意味着高端护肤增速明显,且销售最好的精华类商品都是高端品牌。

上市公司加大布局力度

国内化妆品品牌方面,上海家化2017年实现营业收入64.88亿元,同比增加8.82%;净利润为3.90亿元,同比增加93.95%。以高端品牌佰草集为首的护肤品类收入22.7亿,占比35%,同比增长16.13%。目前,佰草集是中国唯一与欧美日韩高端护肤品在同一梯队、同一渠道内竞争的本土品牌。

对于高端化妆品强劲增长的原因,中信证券商贸零售分析师周羽指出,消费升级是高端化妆品增速高于大众化妆品的主要原因。随着居民可支配收入的增加和房地产带来的财富效

应,一二线城市家庭年收入在24万以上,三四线城市家庭年收入在14万以上的中产阶层人数迅速扩容,该收入水平是正常情况下开始消费高端化妆品的起点。此外,关税及消费税下调、各大化妆品公司对定价上对中国市场的战略性倾斜使化妆品内外价差缩小,部分海外消费、海淘消费回流国内,也推动了中国市场高端化妆品旺销。

快速增长的化妆品消费市场吸引了上市公司加大布局。致力于打造“颜值经济产业链”平台的青岛金王,2017年净利润大增132.46%,目前已拥有的200多品牌经销代理权。人人乐3月21日公告称拟使用自有资金参与认购青岛金王非公开发行的股票不超过人民币3.5亿元,也是看中了化妆品市场当前巨大的发展潜力。

周羽认为,未来3年-5年,欧美品牌将继续垄断高端市场,但大众市场将继续分流。其中,欧美品牌整体占比将继续下行,日韩品牌占比将进一步提升,本土品牌将逐渐端且整体占比继续提升。

截至公告披露日,陈秀峰先生持有公司股份50,408,520股(其中50