

海尔智家 家电领先者的蝶变

□本报记者 康书伟

全球化的品牌集群及市场布局、连续十年全球大家电第一品牌,1993年上市以来收入复合增长率23%、归母净利润复合增长率20%。这是海尔智家这家老牌上市公司给资本市场交出的完美答卷。

在上交所日前组织的“沪市公司质量行”活动中,公司总经理李华刚表示,提升上市公司质量让公司健康发展,既要有今天的“数”,也要有明天的“路”,清晰把握未来方向,更好地服务用户。未来要把海尔智慧家庭做好,将其从产品平台变成一个物联网生态平台。

老牌劲旅的护城河

权威市场调查机构欧睿国际(Euromonitor)的数据显示,海尔智家连续10年(2009年-2018年)位居大型家用电器全球第一品牌。

良好业绩是从市场化的竞争环境中拼打出来的。李华刚说,“这个行业环境宽松,有人进来,有人退出。但也很痛苦,家电业竞争非常激烈。海尔关注的永远是自己,是用户。”

公司董秘明国珍表示,海尔的成长首先是产品力保持引领地位,靠的是海尔的研发体系、品牌积累、技术、专利构建的壁垒,靠的是公司推进的成套化、高端化、智能化、全球化所构建起来的护城河,靠的是世界级品牌集群和全球化运营架构。

在人口红利衰退、房地产增速放缓的背景下,家电行业外部环境正在发生变化。李华刚表示,用传统的产品应对目前的市场肯定有压力,这就需要创新。海尔根据消费升级趋势,推出高端产品卡萨帝。这个产品持续四个年头高速增长。其中,头三年复合增长接近40%。在达到一定规模后目前增速趋于稳定;同时,创新成套服务能力,从销售单台家电到打造智慧家电平台。

对于未来趋势的把握,李华刚说,“机会永远存在,需要企业洞察这种变化。消费升级来临时我们已经做好准备。”以公司高端品牌卡萨帝为例,该品牌2006年诞生,坚持了10多年后迎来了消费升级风口。目前,卡萨帝在高价位区间市场份额遥遥领先。2019年上半年,卡萨帝品牌系列产品,冰箱、洗衣机和空调高端市场的市占率分别提高3.6、4.9和7.6个百分点,分别达到39.6%、78.8%和36.5%。

智慧家电前行者

2019年青岛海尔更名为海尔智家,向外界宣告智慧家庭时代已经来临,拉开了新篇章。明国珍表示,未来公司将致力于成为物联网时代智慧家庭解决方案的领先提供商。

想吃披萨时,走进厨房说一句“我要吃披萨”,烤箱就会告诉如何制作披萨;厨房爆炒时,油烟机吸力就自动加大等。这是李华刚展望的智慧家庭应用场景。“一定会有这些需要。”

互联网时代来临时,海尔就开始不把电器视为一件孤零零产品,而是将其定义为网器。如今建立智慧生活平台,形成大量用户数据,实时了解消费者消费趋势,提供给消费者智慧家庭解决方案,公司实现了从单品到多品,再到物物相连、人物相连、服务相连。

9月6日,位于上海市普陀区的海尔智家001号体验馆中心正式落成,近5000平方米的空间以及全面的智慧家庭“5+7+N”方案展示,搭建了件件智慧、处处便捷的生活场景。在“智家云”的战略下,海尔智慧家庭满足用户场景需求,提供“一站式”智慧生活方式。李华刚表示,为了做好智慧家庭,海尔智家几乎穷尽了家电的各种空间和场景。目前,智慧家庭方案已经覆盖智慧客厅、智慧厨房、智慧卧室、智慧阳台、智慧浴室5大生活空间,提供全屋空气、全屋用水、全屋洗护、全屋安防、全屋娱乐、全家美食、全家健康7大解决方案。

目前,海尔智家智慧家电取得了领先一步的优势。据介绍,海尔智慧家庭成套销量已突破1000万套,并实现全球范围落地。4月,“海尔智家”在巴基斯坦、英国智家体验馆分别开业,泰国曼谷的智慧家庭品牌店于5月开业;同时,“海尔智家”在国内布局了3500+智慧家庭门店,未来将建立更多类似“001号”的超级体验中心。

2019年上半年,公司智慧家庭成套销售占比达到28.29%,同比提升2.71个百分点。其中,高端智慧成套产品销售量增幅明显,二季度环比增长24%;智能家电绑定量增长54%,智慧家庭用户量增长9.6%;物联网生态收入19.37亿元,同比增长53%。李华刚表示,随着5G时代的到来,智慧家电发展中存在的连接、传送这些障碍会消失,家电会出现技术迭代更新。“5G来临,我们在那里等着。”

展望未来,公司已经确定物联网时代的增长策略:继续全球化战略;通过技术创新和新产品开发,持续强化海尔的品牌价值;继续发展大顺逛分销及零售网络,进一步提升市场渗透;继续开发“+智慧家庭解决方案”,应对不断变化的消费需求;继续推广COSMOPlat智能制造体系,加速大规模定制转型。



新华社图片

未映先热

三部献礼大片鏖战最强电影国庆档

□本报记者 于蒙蒙

宣发大战打响

国庆档的宣发大战悄然打响,13部影片将登陆今年国庆档。其中,定于9月30日同日上映的《攀登者》、《中国机长》和《我和我的祖国》三部影片同时选择9月28日开启大规模点映。

《攀登者》再现了1960年我国登山队队员王富洲、贡布、屈银华三人完成中国人首次登顶珠穆朗玛峰的故事,传奇色彩浓厚。由于影片主演为百亿票房“第一人”吴京,《攀登者》自开拍拍摄后热度、话题性就一直很高。

作为博纳“中国骄傲”三部曲的收官之作,《中国机长》改编自2018年5月14日四川航空3U8633航班机组成功处置特情的真实事件,讲述机组成员与119名乘客如何在危机下高空求生的故事。业内人士称,影片所依托的真实事件引起社会热议,拥有现实参照的“英雄机长”的魅力能为更多观众所接受。这将是该片脱颖而出的关键。

相比前两部影片,《我和我的祖国》可谓是阵容强大。在影片的七位导演中,既有资历深厚的第五代导演陈凯歌,也有凭借《我不是药神》崭露头角的青年导演文牧野;演员阵容上既有影帝影后级别的黄渤、葛优、惠英红、任达华等人,也有吴京、张译、王千源等实力派演员以及周冬雨、朱一龙等青年演员。相比于以往传统的主旋律电影,《我和我的祖国》将镜头对准了历史瞬间中的普通人,七个故事反映出开国典礼、原子弹爆炸、女排夺冠、香港回归

等关键节点。

新时代证券表示,在新中国成立70周年之际,民众的爱国情绪高涨。这为《攀登者》《中国机长》《我和我的祖国》3部主旋律影片的票房预期提供了很好的观众基础。根据过往《战狼2》《红海行动》等主旋律电影的表现,观众的年龄层从20-30岁的青年人扩展到40-60岁的中老年人特征比较明显。主旋律电影的票房成绩有望不断刷新历史纪录。

值得注意的是,近几年来国庆档电影票房基数低。2016年-2018年,国庆档票房(剔除服务费)分别为17.8亿元、25.5亿元、20.2亿元,全年票房占比分别为3.9%、4.9%、3.6%,观影人次分别为5686万、7980万、6149万人。考虑到2018年票房及观影人次较低,中信证券预计,今年国庆档票房有望取得同比增长。

影片质量评价高

截至9月26日晚中国证券报记者发稿前,灯塔专业版数据显示,《攀登者》的想看人数达到109.45万,预售总票房为7995.7万元;《中国机长》想看人数为78.34万,预售总票房7525.8万元,《我和我的祖国》这两项数据则为78.2万和1.26亿元。

从目前情况看,《我和我的祖国》表现超过其他两部影片,预排片虽仅占1.4%,预售票房占比却高达31.4%,上座率为71.7%。《中国机长》预排片8.7%,上座率为13.2%。《攀登者》预排片占比达14.7%,上座率为7.6%。

近三年来国庆档仅一部真人电影《找到

你》在正式公映前进行了全国范围内大规模点映。灯塔电影实验室指出,该片利用点映期间的口碑发酵因素较国庆档其他影片。

历年国庆档票房集中度较高。2016年-2018年,国庆档TOP3票房影片合计占比分别为80.5%、78.8%、75.9%。此次国庆档定档的13部影片中,《攀登者》《中国机长》《我和我的祖国》三部影片制作水平及关注度均远高于其他影片,预计将成为国庆档的票房主力。业内人士指出,影片上映前的热度只能决定上映前期的爆发性,后续票房的持续性则由影片内容质量及口碑所决定。

新时代证券预计,上述3部影片有望冲击40亿元以上的票房。其中,《攀登者》预计达到20亿元以上;《中国机长》《我和我的祖国》均能超过10亿元票房。

一位看过《我和我的祖国》点映的北京影视分析师对影片质量给予高度评价,并认为“情绪到了”。预计该片票房有望突破30亿元。而《中国机长》和《攀登者》,上述人士分别给出了16亿元、14亿元的票房预测。另一位华东券商传媒分析师认同《我和我的祖国》票房30亿元的预测。

根据灯塔票房的预测数据,《我和我的祖国》被集中看好;最低机构给出了15亿元票房,最高的达到32亿元。而《中国机长》最低预测票房为15.13亿元,最高达23亿元。《攀登者》预测值相对接近,在14亿元至18.94亿元之间。前述华东券商分析师认为,三部电影体量相当,具体票房走势尚需看上映后观众对影

片的接受程度。

背后上市公司获益

作为电影市场的重要档期参与者,相关上市公司有望借此实现可观收益。

上海电影7月30日公告,电影《攀登者》由上影集团作为第一出品方出品,授权上海电影总体负责该片的宣传、发行工作。授权的发行地区为全球。授权权利包括院线发行权、宣传权、非院线发行及全球版权代理权、商务开发和广告开发的代理权、打击盗版维权权利。授权期限在中国大陆地区(不含香港、澳门、台湾地区)为5年,在中国大陆以外地区(含香港、澳门、台湾地区)为7年,自该片公映首日起计算。

北京文化9月12日在投资者互动平台表示,公司已签署相关协议,参与吴京主演电影《攀登者》的投资和宣发工作。根据猫眼专业版信息,《攀登者》主出品方为上海电影集团;联合出品方包括北京文化、华谊兄弟、猫眼娱乐、万达影视等;主发行方为上海电影;联合发行方包括北京文化、猫眼娱乐等。

“主旋律电影专业户”博纳影业两部主控电影角逐国庆档。《中国机长》由博纳影业出品,阿里影业、万达电影子公司万达影视等联合出品,主发行方仍然是博纳影业。而《我和我的祖国》主出品方包括博纳影业、阿里影业;联合出品方包括光线传媒、腾讯影业、万达影视、华谊兄弟等;主发行方为光线传媒、阿里影业等;联合发行方包括中国电影等。

蓝晓科技董事长高月静：

用心造好每一粒树脂

□本报记者 何昱璞

“产业园试生产吹响了公司打破产能瓶颈攻坚战的号角,公司发展将进入一个新纪元,将坚持创新驱动,用心造好每一粒树脂。”蓝晓科技创始人、董事长高月静接受中国证券报记者专访时表示。目前蓝晓科技已发展成为具有完善产品链、产能规模全球领先的吸附分离材料制造商。

今年上半年,蓝晓科技实现营业收入5.48亿元,同比增长90.63%;归属于母公司的净利润为1.42亿元,同比增长134.98%;毛利率为48.48%,较上年同期增长9.26个百分点;净资产半年回报率高达14%。

瞄准高端树脂领域

蓝晓科技主业是吸附技术及材料、装置的研发与生产。这个细分领域和国民经济联系紧密,属于工业领域的基础技术,适用于生物医药、金属、食品、环保、化工和水处理等领域,应用领域广泛。吸附分离技术是诸多下游应用领域提质增效、成本控制、减排、资源化的决定性技术,是国家重点支持的高新技术领域。

在公司实验室,中国证券报记者见到瓶装的各种大小颜色不同小颗粒。研发负责人说,这些小颗粒就是公司的树脂,统称为吸附分离材料。液体在通过时,这些树脂颗粒可以选择性地吸附过滤掉某类物质。“例如,苹果压榨后产生的果汁容易褐变,需要使用吸附分离材料将褐变物质过滤掉,这样做成的浓缩果汁颜色稳定。而吸附分离材料只是定向去除褐变物质,其他营养成分、风味等均会得到保留。这对吸附材料的分离性能选择性提出了较高要求,选择性则是通过分子设计与合成技术来实现。”蓝晓第一个在果汁领域引入吸附分离技术,实现果汁质量控制。蓝晓的吸附分离技术和服务多年来占据果汁市场90%份额,推动中国浓缩果汁行业发展。

上半年,蓝晓科技拥有核心技术的专用树脂实现营收2.86亿元,同比增长20%,且毛利率大幅提升8个百分点至47%。民生证券分析师认为,企业营收增长的同时,毛利率亦明显上升。这表明蓝



蓝晓科技高陵新材料产业园

本报记者 何昱璞 摄

晓在医药、生命科学、系统装置等附加值高的高端应用领域占比不断提升,凸显公司的技术优势。

蓝晓科技成为国内行业龙头企业,与其持续专注主业、创新发展不无关系。我国吸附分离树脂起步于上世纪50年代,但长期处于产业链低端,高端特殊应用领域则长期被陶氏、朗盛、漂莱特、三菱等海外企业垄断。

成立之初,蓝晓科技即定位于吸附分离树脂技术开发和产业化,并着眼于高端、新领域,以创新技术角逐国际市场。多年来公司集中精力做好主业,不断拓展新的材料品种,开发新的应用领域。同时,持续深挖市场,用技术、服务和诚信增强客户粘性,同时开发新客户,并成为该行业的主导技术力量。“我们凝聚了一批有梦想、有激情又敢于奋斗的员工队伍,形成了‘热爱、投入、专注、责任’的共同价值观,始终目标坚定聚力发展。”蓝晓科技相关负责人说。

从2003年开始建设第一个占地近60亩的生产基地,到2013年系统工程园区建成投产,经过十余年快速发展,公司产能已不能满足需求。蓝晓科技规划于2018年适时开展新产能建设规划。目前,2.5万吨的高陵项目已试生产,1.5万吨的蒲城项目进入试水阶段,鹤壁蓝晓亦取得了

10万吨树脂资源化经营许可资质。新的生产基地建成后,公司将拥有行业最全的生产线品类,覆盖全部主要生产工艺。产线互补,工艺互相促进,应用领域布局科学,使得蓝晓科技成为国内行业唯一具备吸附分离材料研发、生产、销售和树脂资源再利用、材料+设备+服务综合技术实力的吸附材料制造商。

拓展新的领域

2019年是蓝晓科技成立的第18个年头,公司视创新为企业之本,研发和科技创新实力不断增强。同时,不断拓展新的应用领域,推动在新兴应用领域的产业化,努力为客户降低成本,不断为客户解决问题。

公司每年都有2到3个新产品、1到2个新工艺投入市场,3到5个新立项产品研发成功或产业化应用。第一个将吸附分离技术引入果汁领域;独立研发CPC(头孢菌素)分离纯化树脂,打破国外企业对于CPC分离纯化树脂的垄断,并建成国内首个头孢菌素法工业线;首次将吸附分离技术应用于拜耳母液提锂;独立研发了阵列式连续离子交换装置,开启“材料+装置+技术”的新模式;将吸附分离技术应用于盐湖卤水提锂领域,蓝晓科技实

现了多个行业首创,推进行业高水平纵深发展。

2018年,蓝晓科技实现了盐湖卤水提锂项目技术的突破,仅藏格、锦泰两个项目材料及装置销售金额合计达16.70亿元。作为行业上游供应商,蓝晓科技做好自己的技术,强周期时依靠技术和产业化效率优势快速发展,弱周期时重点通过成本和技术优化扩大市场份额,并占领主导地位。2019年,金属领域仍是蓝晓科技的重点板块。公司围绕新能源产业,在盐湖提锂、稀土镍矿提锂技术等方面实现突破,形成有效转化,实现在金属领域的纵深发展。

半年报显示,以盐湖提锂为代表的系统装置实现营业收入2.6亿元,同比大幅增长488%。安信证券研究报告认为,蓝晓以强大持续的创新研发能力作为核心竞争力,借助吸附材料制造技术、市场应用技术、系统集成的长产业链技术,构筑了极宽的“护城河”。

推进国际化战略

近年来,蓝晓科技积极推进海外发展战略,技术、经营、管理水平全方位提升。通过并购海外公司,创新拓展多路连续离子交换装置系列产品,丰富了以连续离子交换装置为依托的系统解决方案,进一步增强企业核心竞争力。并购的海外公司已为国内客户提供数套小型多孔树脂设备系统,并在美国提锂市场获得订单。

蓝晓科技新的吸附分离技术在国内市场成熟应用后,快速向海外市场拓展。公司以灵活的模式与南美洲区域伙伴合作,实现技术服务本土化,公司足迹已经遍布南美洲大部分盐湖资源。未来,公司海外业务收入占比将逐步提升。在竞争激烈的海外市场,蓝晓科技不打“低价牌”,以产品高质量获取客户认可。

对于畅想蓝晓科技的愿景,高月静说:“我们始终坚持以用心造好每一粒树脂,坚持创新驱动。新产能在量、质、技术等方面具备全球领先水平。这是新的起点。未来将持续专注主业,不断创新,拓展更多尖端应用领域,推动行业向高科技含量、更注重品质的方向发展,希望推动中国从树脂大国发展成为树脂强国。”