



高端访谈

工业富联董事长李军旗：

发挥自身优势布局新能源汽车领域

作为A股工业互联网领域龙头企业,自上市以来,工业富联以其在5G通信、云计算、精密制造等领域的深耕而备受关注。今年年初,工业富联宣布角逐“造车”赛道,将业务布局向新能源汽车领域推进。

“这是公司基于自身技术优势与市场前景的选择。”工业富联董事长李军旗接受中国证券报记者专访时表示,公司以长期视角进行投资,将以高端精密制造技术等优势,进军新能源汽车核心零部件智能制造领域,以物联网和车载系统切入车联网,大力开拓新能源汽车领域。

● 本报记者 齐金钊



工业富联智慧工厂一角。

公司供图

进入新能源汽车赛道

“2021年我们将新能源汽车列入公司重要战略方向。”李军旗告诉记者,力争在汽车领域为公司提供新的增长动能。

在李军旗看来,工业富联选择切入新能源汽车赛道,是公司发展过程中水到渠成的一步棋,借助公司过去积累的经验及资源,可以为“造车”领域

贡献独到的价值。

“新能源汽车更像是智能终端的延伸。”李军旗表示,公司将使用在电子行业积累的材料、工具、装备技术和独特、先进的加工技术,适应现代化造车的开发和制造,包括推进电动车的轻量化等。

相比传统汽车制造厂商,李军旗

认为,工业富联的供应商具有弹性化,成本也具有优势。公司具备软硬件相结合的能力,在新能源汽车所需的精密加工工艺以及车联网相关5G和边缘计算产品领域,公司都有前瞻布局并具备优势。

此外,李军旗指出,公司拥有更具弹性的全球供应商管理体系、优秀的

成本管控能力、基于电子行业快速变化特点而具备更强的柔性生产能力以及成熟的全球制造和交货能力。

“进入新能源汽车领域,是公司基于自身技术优势与市场前景的选择。”李军旗表示,公司始终以长期视角看待投资领域,包括智能家居、AR/VR、新能源汽车业务等。

强化工业互联网业务

作为一家以“工业互联网”命名的龙头公司,工业富联在相关领域的发展备受市场关注。年报显示,2020年公司工业互联网业务实现营业收入14.41亿元,同比增长130.85%。

“经过多年积累,公司在智能制造领域具备龙头地位,具有服务大型、头部客户的能力。”李军旗介绍,

在工业互联网领域,2020年公司累计与汽车整车与零部件、家具、建材等行业逾50名客户签署合同。此外,公司与衡阳、晋城、佛山及深圳等地方政府合作打造智造谷,以“智能制造+5G工业互联网”创新生态结合产业资源平台,推进工业互联网服务,带动营收增长。

对于公司在工业互联网领域的优

势,李军旗表示,公司可以提供硬软件整合的解决方案。硬件相关服务根植于工业富联多年积累的自主可控的智能制造实力,对外提供自动化、信息化、智能化服务。

对于工业互联网的发展趋势,李军旗坦言,借助工业互联网平台发展高端制造业,科技创新、人才建设是亟待解决的问题。

李军旗认为,突破核心技术是制造业不变的主题。全球竞争也是核心技术的竞争、创新的竞争,围绕高端制造的产业链重点布局,技术突破、积累知识产权将成为企业重要的竞争力。在高端制造领域,人才是第一资源。目前来看,欠缺三类复合型人才,即高端技能型人才、高端研发型人才、高端管理型人才。

以核心竞争力提升成长性

作为横跨智能制造、5G、云计算等领域的平台型企业,工业富联的业绩成长性市场关注的焦点。

李军旗告诉记者,公司坚持以“智能制造+工业互联网”双轮驱动为发展战略,拥有制造领域的海量数据和丰富制造经验,可以提供智能制造的一体化解决方案。由于收入规模大,或许公司的成长性还需要时间

来验证。但公司各项业务具有核心竞争力,经营稳健,且具备长期发展逻辑。

“公司拥有明确的短期和中长期发展目标及增长点,具备长期投资价值。”李军旗表示,短期看业绩增长点主要来自于三大板块:云计算板块将持续获取CSP客户,推动ODM占比提升,获取收入和毛利的双重提升;数

字化转型进程加速,将为云、网、端以及智能家居产品注入增长动能;智能终端由手机延伸至智能穿戴产品,公司积累的技术实力将应用于更多业务范畴。

对于中长期目标,李军旗表示,希望通过新能源汽车相关产品的布局等举措,实现新业务增长。

李军旗介绍,2020年工业富联

的研发投入达到100.37亿元,创下上市以来最高纪录。巨额研发投入的背后,是公司进一步储备先进技术,提高了市场竞争力,投入领域涵盖5G、云与边缘计算、高精密度机构的轻量化材料等。公司的专利布局构筑了坚实的技术壁垒,为公司保持细分领域的优势地位夯实了基础。

中国联通获广播电视节目制作经营许可证

● 本报记者 杨洁

6月4日,中国证券报记者获悉,国家广播电视总局近日为中国联通颁发了《广播电视节目制作经营许可证》。此前,中国移动、中国电信均已获颁该许可证。

业内人士认为,超高清视频将是5G重要应用领域,运营商在提供5G服务、寻找5G落地场景时会涉及视频内容。获得该资质有利于运营商拓展业务,增强运营商在流量价值链中的话语权,并进一步促进5G商用。

开展视频经营业务

随着5G网络建设的推进,以及千兆光纤的进一步覆盖,发力视频内容成为电信运营商增大在流量时代话语权的重要途径。

中国联通表示,获得《广播电视节目制作经营许可证》以后,公司将充分发挥资源优势,通过与内容产业链上下游开展合作,打造开放合作、互利共赢的大视频内容聚合生态,逐步推出5G新直播等特色直播、自制网络剧拍摄、自制体育赛事VR直播、自制演艺活动、自制动画片等差异化内容产品。

中国联通在视频内容制作方面已有具体计划,如将与山西平遥县政府

联合制作52集大型动画连续剧《古城小镖师》,以千年古城池与文化积淀为切入点,以动漫为桥梁,搭建平遥古城与当代年轻人的情感共鸣舞台,打造文创标杆项目,推动文旅产业数字化转型。

中国联通的大型原创数字文创项目《非遗城市共同体》和以宣传广西侗族文化为代表的数字文旅作品《别有洞天》也正在加紧筹备中。中国联通表示,通过动漫等差异化内容产品,公司将聚焦城市文旅,创新5G营销,整合产业资源,以通信领域耕耘多年的运营积淀为基础,开辟城市数字化转型的5G新时代入口,针对大文旅市场推出数字动漫营销、5G视频彩铃亮相、5G超级短信投放、数字游戏与阅读联动开发等运营商特色服务。

避免沦为流量“管道”

中国联通表示,将充分发挥5G及千兆网络优势,在大型民众赛事、国内国际体育赛事和舞蹈、交响乐、歌舞剧专业演艺活动等方面,创新拍摄手段,形成差异化自制内容,提升用户服务质量。

电信运营商参与广电业务、广电运营商拿5G牌照经营电信业务,最早可以追溯到十年前“三网融合”背景下广电和电信业务开展双向进入试点。

中国移动2013年便拿到《广播电视节目制作经营许可证》,之前中国移动还取得了从事互联网视听节目服务、手机电视分发服务等广电业务经营资格。

2014年,中国移动整合旗下内容业务部门成立咪咕公司,于2015年投入运营,并于2018年投入10亿元拿下世界杯直播权。背靠中国移动,咪咕早就开始部署5G时代超高清视频应用,储备了超过1万小时的4K超高清内容。

尽管相比互联网视频平台其影响力存在差距,但在三大电信运营商中,中国移动的咪咕视频闯出了一些名头。

中国移动咪咕公司总经理刘昕表示,2021年咪咕将重点聚焦超高清视频、视频彩铃、云游戏、云VR/AR四大领域,投入超百亿资源,通过技术创新和内容汇聚,快速聚合圈层,形成关键用户体验场景。

中国电信旗下A股上市公司号百控股拥有广播电视节目制作经营许可证、信息网络传播视听节目许可证、视频播放全牌照等,主要负责经营电信的互联网文娱内容,涉及天翼超高清、天翼云游戏、天翼云VR、云直播、云会展等。

根据号百控股2020年年报,截至2020年末,天翼超高清、天翼云游戏、天翼云VR三大应用产品注册用户规模均破千万大关。其中,天翼超高清注册用户

超过3800万,天翼云游戏、天翼云VR的注册用户均超过1500万,为后续发展打下了坚实基础。

天翼超高清负责人肖伟告诉中国证券报记者,在文娱领域,公司将重点推进VR、5G与超高清结合,全力打造5G数字生活服务,通过整合天翼超高清等APP优质视频内容、数字生活服务内容,形成涵盖聚合娱乐、全域游戏、适老服务等方面的5G数字生活服务,提升5G用户体验,使天翼超高清有效支撑中国电信高质量发展,成为电信5G业务发展的驱动力。

公开数据显示,视频将在互联网流量中占据八成份额。在近日召开的第九届中国网络视听大会上发布的《2021中国网络视听发展研究报告》显示,2020年,我国泛网络视听市场规模增长至6009.1亿元,较2019年增长32.3%。其中,短视频领域市场规模占比最大,达2051.3亿元,同比增长57.5%。

在长视频平台,网络视频付费习惯逐渐形成。根据上述报告,45.5%的用户在半年内为网络视频节目付费,近60%的90后、00后是付费用户;用户付费方式以连续包月为主。其中,20.2%的用户选择超前点播服务。

在此背景下,电信运营商开展视频内容经营也是形势所迫,以避免沦为移动互联网巨头的流量“管道”。

抓回款降负债

部分房企5月销售额环比明显提升

● 本报记者 董添

近期,上市房企密集披露5月份销售业绩,不少头部房企销售额环比提升较明显。房企在降负债和拿地的双重压力下,加速推盘,积极回款。部分房企优化债务结构,用长期限借款替换短期限负债。

加快销售节奏

金科股份及所投资的公司5月实现销售额约196亿元,房地产销售面积约195万平方米。1-5月,公司及所投资的公司实现销售额约849亿元,房地产销售面积约818万平方米。5月销售额占前5个月的23.09%,销售面积占比为23.84%。

中指院数据显示,2021年前5个月,碧桂园、中国恒大、万科、融创中国、保利发展销售额均突破2000亿元,招商蛇口、华润置地、绿地控股、世茂集团、中国金茂、龙湖集团等突破千亿规模。

头部房企5月销售环比提升较明显。

以碧桂园为例,5月碧桂园控股有限公司及其附属公司,连同其合营公司和联营公司合计实现归属公司股东权益的合同销售额约573.8亿元,环比增长8.63%,同比增长2.26%;归属公司股东权益的合同销售建筑面积约651

万平方米,通过竞拍方式取得合肥市新站区XZ202105号地块。该地块位于新站高新区,面积为84.77亩,出让年限70年,规划用途为居住用地,容积率≤1.8,绿地率≥40%,建筑密度≤17%,配建租赁住房计容面积1.86万平方米,土地使用权出让总金额约8.97亿元,由公司自筹资金解决。

进入6月,郑州等地迎来首批集中出让土地供应,房企延续前期拿地积极的态势。6月3日,郑州土拍共成交49宗地块,约3396亩。其中,住宅用地46宗,商业用地1宗,商住混合用地2宗,合计出让土地金额414.21亿元。最终,北龙湖两地块分别被万科、保利以“熔断价”19.5亿元竞得,经开区地块以“熔断价”31.67亿元被金茂拍得。北龙湖的两宗地块吸引了中海、绿城、中交、华润等20余家知名房企竞逐。

郑州本轮集中土拍,竞价超过一定价格时,竞价中止,转为摇号方式竞得。本次集中出让的住宅用地,将在今年底或明年上半年迎来集中入市,新盘集中供应将改善供需关系。

优化债务结构

房企在降负债和拿地的双重压力下,普遍采取加速推盘、提前回款的策略。同时,用长期

2000亿元

2021年前5个月,碧桂园、中国恒大、万科等房企销售额均突破2000亿元。



新华社图片

万平方米。1-5月,碧桂园实现累计权益合同销售额2497.6亿元,同比增长21.25%。

积极拿地

从房企披露的拿地情况来看,头部房企5月份拿地态度较积极。

6月3日晚,万科A发布的销售简报显示,5月份公司实现合同销售面积382.7万平方米,合同销售额575.6亿元。1至5月,公司累计实现合同销售面积1795.6万平方米,合同销售额合计2868.1亿元。4月销售简报披露以来,万科A新增开发项目17个,分别位于珠海、福州、海口、柳州等地。

一些区域性房企拿地态度同样较积极。以合肥城建为例,公司6月3日晚间披露关于竞得土地使用权的公告,为了增加土地储备,公司于2021年6月3日参加了合肥市自然资源和规划局组织的土地使用权出让活

限借款替换短期限负债,优化债务结构。

数据显示,5月重庆中心城区成交商品房334.64万平方米,同比上涨27.75%,为近三年来最高值。1-5月累计成交1117.66万平方米,较2020年同期上涨47.37%。

根据2020年年报数据,沪深及内地在港上市房地产公司剔除预收账款后的资产负债率分别为63.5%、70.6%,较上年分别下降0.1、0.7个百分点;净负债率分别为75.6%、81.9%,较上年分别下降9.1个、26.8个百分点。上市公司负债水平下降,短期偿债能力明显增强。

随着半年报披露临近,部分房企希望降低短期债务额及占比,因此提前偿还利息较高、期限较短的信用债。期限较长的创新型融资品种受到追捧。

以绿色债券为例,机构监测数据显示,一季度房地产绿色债券发行规模约为153亿元,达到去年全年房地产绿色债券发行量的一半多。