

### ■ 走进专精特新“小巨人”企业

【编者按】支持“专精特新”企业发展已上升至国家战略层面,培育一批“专精特新”中小企业更是北京证券交易所设立的重要初衷。本报今起推出系列调研报道,通过融媒体报道形式,讲述新三板专精特新“小巨人”企业攻坚克难的创业故事,全面展示企业投资价值,与投资者共同聆听它们奏出的时代强音。

### 蓉中电气总经理陈顺平:

# 创新驱动 打造输配电装备制造制造业新标杆

● 本报记者 杨烨

“输配电装备制造是一个超万亿的市场,且近年来一直处于上升通道,对于蓉中电气这样的坚持自主创新和服务转型的企业来说,无疑是一次巨大的发展机遇。”蓉中电气总经理陈顺平日前在接受中国证券报记者专访时表示。

这家位于福建省南安市梅山镇水口工业园区的企业,自2008年创办以来,经过十三年的不断发展,现已成为一家在输配电制造设备行业具备自主研发实力、制造生产能力及品牌影响力的国家高新技术企业。作为国家电网体系内的合格供应商,蓉中电气已经将国家电网业务辐射至福建、安徽、江西、山西、四川、陕西、辽宁、河北、浙江等多个省份。

### 迎万亿市场机遇

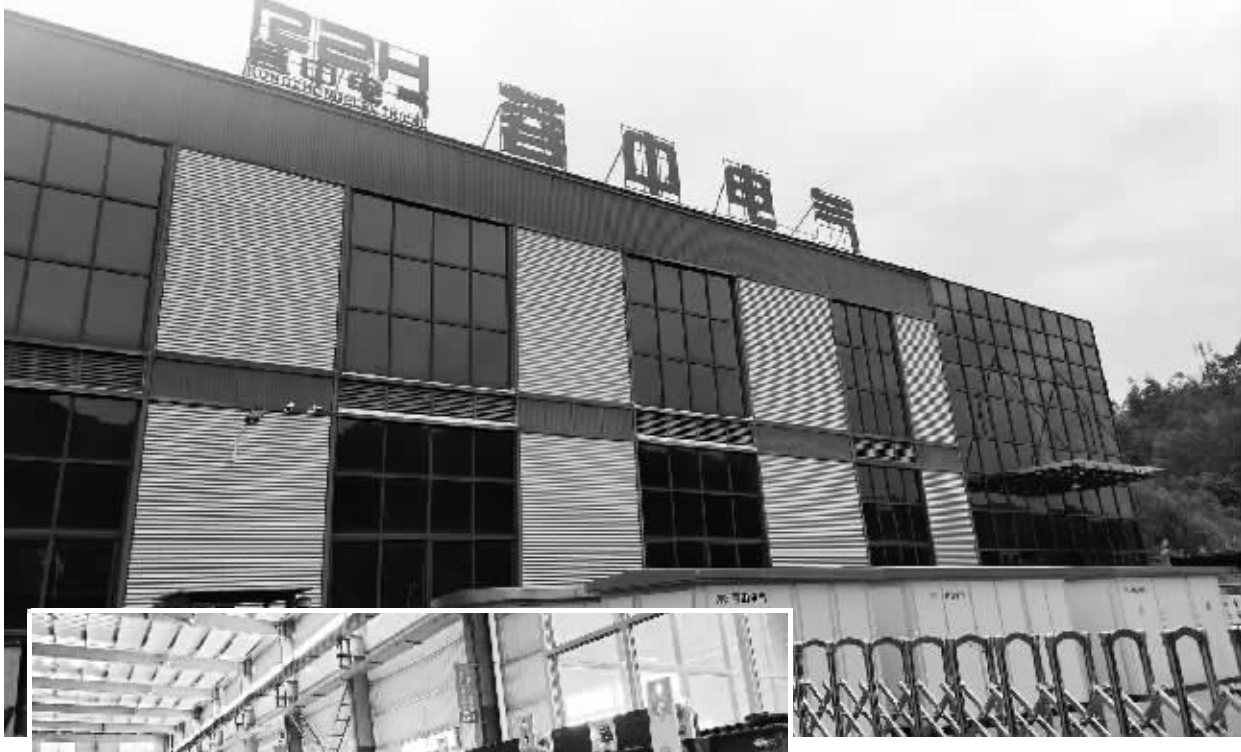
“随着国家及省市大力支持输配电行业,近年来中国输配电装备制造市场正处于上升通道,行业超万亿规模,市场空间非常巨大。”陈顺平表示。在他看来,近几年公司营收呈现大幅增长态势也恰恰说明了这一点。他给记者亮出一组数据:2018年度、2019年度、2020年度公司主营业务收入分别为11923.94万元、16376.53万元、25784.58万元;净利润分别为417.53万元、1448.37万元、2856.11万元。

陈顺平表示,近年来国家对电力设备的投资主要由对电源建设的投资转为电网建设的投资,使得输配电及控制设备制造行业得到迅速发展。国家对电网的投资从2006年起就一直在不断增加,随着国家电网建设和城市化建设及农村电网改造进程的加快,国内对输配电及控制设备的需求将再次出现高峰。他判断,智能电网和特高压输电工程建设将提升市场需求,清洁能源大力推广也会加速输配电行业产品的结构调整。

他对记者坦言,在我国输配电行业的发展前景较好,市场需求增大使得国内外厂商都在生产电力行业的主要配件也加剧了行业竞争,特别是目前外资跨国公司抢占了部分市场份额,这给国内相关装备制造公司提出更高要求,一些深耕本土、具备创新能力,精细化管理程度高,具备全产品线及良好服务的公司将在竞争中脱颖而出。

### 创新是第一生产力

“人才是企业发展的最根本动力。”陈顺平告诉记者,公司从创立之初就充分认识到研发和创新是公司可持续发展的根本,培养建立了一支20余人的高素质研发团队,主要负责公司新工艺、新产品的研究、开发和实验,以及工艺技术研究及改进工作,解



蓉中电气节能型干式变压器车间一角 公司供图

### 决工艺与技术难题。

不仅如此,为了借助外部优秀的研发资源,公司成立了福建省海丝电气工程科技研究院,聘请外部教授和高级技术专家与公司的科技人员一起进行研发和创新,不仅在技术创新上取得突破,还培养了一批科技精英。

陈顺平告诉记者,为了更好地提高研发效率,公司建立了多种模式的研究渠道,创新推出了短期体系和长期体系相结合、“内外部”结合的研发模式。短期体系的研究模式着重于产品以及工艺的创新,以客户需求为关注点,能够使公司产品快速适应市场需求;长期体系的研究模式侧重于自身核心技术的研发,以产业水准为度量,通过以核心技术为基础的突破,形成迭代效应,带动现有产业结构转型升级或产业创新。

“除了给研发人员提供足够的事业平台外,还要给予足够的物质嘉奖。”陈顺平表示,公司根据业务发展和市场需求进行规划,定期安排一批技术开发项目,并设立创新创业专项资金,在年度资金预算中安排本年度的研发经费,专款专用,同时对研发创新有贡献的员工予以嘉奖。

公司提供的数据显示,近两年蓉中电气研发经费支出占营业收入比重

不低于3%,从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业职工总数的比例不低于15%。截至目前,公司拥有专利60项。其中,发明专利8项,实用新型专利52项,正在申请的发明专利2项,拥有软件著作权13项。

### 从“工业制造”向“服务型制造”转型

蓉中电气主要从事变压器、高低压开关柜及箱式变电站等产品的研发、生产、销售及安装。临近国庆假期,记者看到,公司主厂区内一片忙碌的景象,在一个厂区车间内,多个工人正在对变压器半成品进行组装和设备调试。

成套车间通过开展生产工艺考评活动,对所有产品认真检验并进行抽查考评,每月公布一次考评成绩,与月工资挂钩。对生产工艺好、做工精细的员工进行奖励,反之,则给予适当的处罚。这全面增强了全体员工的技术水平、工艺水平和质量意识、精品意识,全方位提高了公司的产品质量。在记者的走访过程中,处处感受着蓉中电气“精细化”管理的小细节。

陈顺平表示,随着经济发展进入新常态,蓉中电气贯彻创新发展驱动

战略,逐渐由“工业制造”向“服务型制造”转型。公司把质量放在第一位,依靠齐全的产品系列可以提供一揽子解决方案,与同类企业相比成本优势明显。在市场销售方面更是下足功夫,除了建立稳定的全国销售网络外,公司更是把客户服务做深做细,例如售后服务,公司要求在其售后服务辖区内,技术人员必须2小时内到现场服务,省内其他地区保证8小时内到达,省外区域为24小时内到达。

“凭借多年在行业内的扎实累积,通过科技创新驱动,利用自主创新、产学研合作、成果引进再创新等方式,公司所生产的产品获得海内外用户普遍欢迎。”陈顺平说。

作为刚刚荣获国家第三批专精特新“小巨人”的企业,北京证券交易所(简称“北交所”)的设立也给蓉中电气迈向新阶段提供了机遇和舞台。陈顺平对记者表示,北交所可以很好地解决中小企业融资难、融资贵的问题,公司目前正在积极进行申请北交所上市的各项准备工作。

9月8日,新三板创新层公司蓉中电气精选层拟发行方案出炉,拟公开发行不超过1987.335万股,发行底价为4元/股。陈顺平告诉记者,本次募资将用于智能电网变电设备扩产项目等,将对公司下一步转型发展带来更大机遇。

在公司办公楼里,有一面墙上醒目地写着“致力于成为电器领域的领先品牌,一群人,一辈子,一件事。”陈顺平告诉记者,很多重要时刻,公司都会在这里合影。“在实体经济和资本市场双轮驱动下,公司发展将上一个新台阶,争取成为国内乃至国际上行业的佼佼者。”对于公司的未来发展前景,陈顺平充满信心地说道。

### ■ ESG上市公司在行动

## 招商蛇口: 将ESG要求全面导入企业运营管理

● 本报记者 詹秀丽

招商蛇口有关负责人日前在接受中国证券报记者采访时表示,公司在创造可持续经营利润的同时,将社会责任品牌建设有效融入企业运营管理与实践。从责任理念、责任管理、议题实践到信息披露,通过闭环、有效的ESG推进机制,实现了将ESG的要求全面导入企业运营管理之中,使公司ESG表现及信息披露质量持续提升。

“公司树立了以社会责任为内核的经营理念,并建立了有效的社会责任工作机制。”招商蛇口有关负责人介绍,公司始终将社会责任作为经营理念的内核,从战略高度驱动公司实施可持续经营,积极参与到全球可持续发展的蓝图和框架之中。公司建立ESG长效工作体系,以“董事会—职能部门—专业部门—下属单位”四级社会责任治理架构为重要抓手,构建符合企业实际、动态更新的ESG指标体系,并针对企业相关的ESG议题制定一系列管理制度,形成公司ESG制度库。

上述负责人介绍,“绿色理念”是房地产企业ESG管理的重要议题,发展绿色人居、构建绿色生活方式是房地产企业的必选项,招商蛇口一直是绿色的探路者和先行者之一。一方面,携手产业链,强化碳管理;另一方面,打造绿色标杆,践行低碳战略。

招商蛇口还主动关注社会问题,不断寻找与社会共同发展的契合点,从精准扶贫到奉献爱心,从智慧启蒙到文化培育,共建美好社区,传递温暖力量。

招商蛇口有关负责人表示,公司

严格对标ESG指引等相关要求,遵循社会责任报告披露原则,全面规范ESG信息披露,满足监管部门以及投资者对公司社会责任信息披露的要求。在“职业健康与安全”方面,招商蛇口报告将“重视安全健康”单独作为报告小节,披露了“从零开始、从零结束”的安全目标,以及包括安全组织、安全责任、安全体系、风险防控的全面安全管理,披露了公司将安全绩效纳入员工、管理层考核并与各级管理层薪酬挂钩的情况;详细披露了开展的多元化安全培训情况,以及在保障员工健康体检、合理膳食、健康运动等方面的举措,正面回应MSCI评级的关注。在“产品质量与安全”方面,招商蛇口在社会责任报告中详细介绍了公司从严控工程管理、打造健康建筑、保障交付品质、坚持责任营销等重点环节的质量管控措施,并详细介绍了公司开展的“客服中心服务体系”、满意度调研数字化管理、满意度提升等调查活动及投诉处理机制。

此外,公司开展第三方审验,增强报告可信性。“审验的过程是对报告中定性和定量信息来源和真实性的检验,其结果反映出报告对ESG指引和GRI标准理解和执行程度。”上述负责人介绍,招商蛇口连续多年对社会责任报告进行第三方审验,保障了报告披露信息和数据的可信性,同时吸取来自审验机构的经验和意见,不断提升ESG指标的披露和管理水平,使报告的质量得到进一步提升。【“ESG上市公司在行动”专栏由中国证券报和中国上市公司协会联合推出】

## 各地现“补偿式出游”热潮 国庆假期旅游收入达3890.61亿元

● 本报记者 于蒙蒙

文化和旅游部10月7日晚公告,10月1日至7日,全国国内旅游出游5.15亿人次,按可比口径同比下降1.5%,按可比口径恢复至疫前同期的70.1%;实现国内旅游收入3890.61亿元,同比下降4.7%,恢复至疫前同期的59.9%。

由于暑期旅游市场遇冷,国庆假期“补偿式出游”需求较高。业内人士指出,今年国庆出游总体呈现周边、长线两开花的局面,城市微度假、周边深度游、省内长线游、跨省长线游等玩法多样。

### 旅游决策周期大幅缩短

今年的国庆旅游格外热闹。在保证安全、预约限流的前提下,不少热门景区及城市地标再现热闹生机。“十一”假期首日(仅过了半天,飞猪平台门票出票量即超越了去年同期全天。到10月2日,华西、华北、华南区域的景区在该平台上下两天的出票量已分别超过这些区域去年整个“十一”黄金周的出票量。

与往年国庆假期不同,今年国庆假期呈现出决策时间短、返程提前的现象。许多游客放假前一周末预订机票、火车票,而受到新疆局部疫情的影响,返程从往年的5日提前至4日。去哪儿数据显示,9月29日至30日迎长假期首波出行高峰,10月2日至5日期间,多条热门航线票价“跳水”。在低票价吸引下,来一场三至四天中短途游成为很多游客的“捡漏之选”,10月2日出现假期第二波出行高峰。

携程平台数据显示,今年国庆黄金周的全国机票单程均价为821元,较去年同期768元增长7%。同时,在国庆假期前一周末才下单的机票预订显著提前,国庆前一周末机票预订量相较上一周环比提升161%。

住宿方面,高星级酒店均价环比大幅飙升,在乡村旅游和周边游带动

下,民宿预订量也显著增长。在去哪儿平台上,民宿预订量比2020年同期增长两成,价格也较2020年国庆假期的400元/晚,上涨到435元/晚。北京、杭州、上海甚至黔东南地区的高端精品民宿一房难求,与2019年国庆同期相比,民宿收入增长近五成。

### IP类城市旅游走俏

今年国庆假期,受周边游热度进一步提升,城市IP持续深化的影响,区域旅游比以往更为火热。京津冀、长三角、大湾区、成渝为代表的都市经济圈旅游出行繁荣,选择城市休闲、毛皮假和周边深度游的游客增多。

拥有知名IP的目的地热度提升最快,如近年凭借高质量节日晚会成就现象级文化IP的河南、以8D魔幻场景沉浸式体验旅游著称的重庆,国庆期间在携程平台的预订量较去年同期提升幅度排名前十;靠网红餐饮和网红城市IP走红的长沙,国庆期间订单量相较年初提升87%。

国庆旅游热度方面,广东、四川、浙江、广西、江西等地无论是居民出游意愿,还是当地旅游订单量都在国内目的地中位居前列。同程旅行相关负责人介绍,受局部疫情影响,本地游、短途游为今年国庆假期主要出游方式,今年国庆假期期间周边游订单同比增长56%。消费能力和旅游资源都有一定优势的省市区,旅游市场更为活跃。

携程研究院高级研究员谢晓青表示,今年国庆出游总体呈现周边、长线两开花的局面,城市微度假、周边深度游、省内长线游、跨省长线游等玩法多样。省内游和跨省游出行占比各半,一地深度探索更受欢迎。由于部分地区出行限制,短途周边游和省内长线游热度提升最快,红色旅游、乡村游、亲子休闲、赏秋风光游等主题最受欢迎。携程门票、租车、主题游较2019年同期分别增长19%、43%、47%,个性化、自由出行更受欢迎。

# 国庆档票房超43亿元 长津湖刷新16项纪录

● 本报记者 于蒙蒙 见习记者 李媛媛

今年的电影国庆档再传捷报。截至10月7日18时,灯塔专业版数据显示,国庆档总票房(含预售)超43亿元,仅次于2019年同期创下的44.66亿元票房成绩,位居中国影史国庆档票房第二位。

两部主旋律影片表现突出。其中,《长津湖》以31.27亿元的票房成绩在国庆档影片中独占鳌头,自上映以来实现口碑与票房双丰收,打破16项影史纪录。业内人士指出,这不仅提振了行业信心,也足以证明只要有优质内容供给,观众走进影院观影的意愿依然强烈。

### 主旋律影片成票房法宝

今年国庆档影片类型丰富,包括主旋律影片、动画类影片、青春喜剧片以及儿童影片在内8部影片登陆院线。截至10月7日18时,国庆档票房排名前三的是《长津湖》《我和我的父辈》《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》。其中,两部主旋律影片票房达40.65亿元,票房占比超94.8%;其他6部影片的票房均不到5000万元,票房占比均不足1%,《探探猫人鱼公主》票房仅为524万元。

国庆档观影人次分别为1.18亿、9994.75万,今年国庆档则为9143万。票价出现较大涨幅,早前两年国庆档的平均票价较接近,分别为35.1元、36.4元,今年一举升至43.4元。其中,《长津湖》的平均票价达45.3元。

值得注意的是,由《长津湖》《我和我的父辈》两部主旋律大片引领今年国庆档,票房走势出现了明显的“逆袭”现象,即每一日的单日票房较前一天都有所提升。灯塔专业版分析师周娜表示,这不仅提振了行业信心,也足以证明只要有优质内容供给,观众走进影院观影的意愿依然强烈。

华泰证券研报指出,近年来的国庆档市场体现出两个趋势:主旋律电影愈发成为观众的第一选择;观众对口碑的重视在持续加强。

### 国庆档分化明显

近年来,重要档期的票房往往由两个头部影片占据,票房占比差距并不悬殊。2019年国庆档票房排名前两位的是《我和我的祖国》《中国机长》,票房占比为43.8%和38.8%。无独有偶,2020年国庆档票房前两位的《我和我的家乡》《姜子牙》,票房占比为47.2%和34.8%。今年国庆档却发生了改变,档

期票房前两位的《长津湖》《我和我的父辈》的票房占比分别为72.4%和22.5%,前者是后者的3倍多。

《长津湖》的优势在预售阶段便已建立,上映以来更是持续领跑国庆档,排片占比、观影人次、上座率等多项数据均拔得头筹。该片的国庆档日均票房连续超4亿元,目前已打破16项影史纪录,包括超越《我和我的祖国》成为国庆档票房最高的影片等。

票房分化是由影片品质所决定的。《长津湖》由“主旋律专业户”博纳影业主控出品,其主创团队堪称豪华。该片由陈凯歌、徐克、林超贤执导,吴京和易烊千玺等领衔主演。它融入了现代化的作战元素,其制作规模、投资规模、拍摄时间及演职人员数量创下中国影史纪录,被影迷称为国产战争片的“天花板”,豆瓣评分高达7.6分。

《我和我的父辈》作为“我和我的祖国”第三部影片,其前作《我和我的祖国》和《我和我的家乡》分别是2019年和2020年国庆档票房冠军,档期票房分别为19.56亿元和18.75亿元,截至10月7日18时,《我和我的父辈》档期票房为9.48亿元。

业内人士认为,《我和我的父辈》之所以表现不如前作惊艳,主要在于题材已不新颖,观众对于“拼盘电影”产

生了审美疲劳。

### 相关公司有望受益

作为国庆档的重要参与者,相关上市公司有望借此实现可观收益。

中国电影和博纳影业押注主旋律题材影片,《我和我的父辈》和《长津湖》同一天上映。《长津湖》由博纳影业主控出品,中国电影、阿里影业亦是重要出品方。《我和我的父辈》由中国电影主控出品,猫眼娱乐、阿里影业、横店影视、万达电影等联合出品。《五个扑水的少年》是国庆档唯一的青春题材片,出品方为光线传媒。

此外,在动画类影片扎堆的国庆档中,万达电影主控出品了《皮皮鲁与鲁西西之罐头小人》,华谊兄弟则是《拯救甜甜圈:时空大营救》的重要出品方和发行方。

万联证券研报指出,疫情加速行业整合,行业出清后龙头公司将显著受益。预计此轮疫情过后,市场有望迎来院线和内容的双重复苏,复现春节档的观影热情。同时,政策明确表示推出一系列扶持政策,基于政策支持和龙头公司定增、整合举措,行业基本面将得以改善。