

中南传媒董事长彭玻：

# 以科技赋能 打造出版业“中南传媒方案”



科技发展和互联网普及使阅读方式及信息获取方式发生巨大变化，传统出版业面临转型升级。在此背景下，中南传媒希望以科技赋能，打造出版业的“中南传媒方案”。中南传媒董事长彭玻近日接受中国证券报记者采访时表示，面对传统出版业的转型升级需求，公司将坚守主业，持续输出优质精神文化产品。同时，拥抱5G，以科技赋能引领出版行业不断发展。

● 本报记者 段芳媛



中南传媒旗下书店

公司供图

## 坚守主业

中南传媒坚守用“湖南人能吃辣椒会出书”的出版匠心打造精品，用高质量的出版产品，为广大读者提供丰富的精神食粮。

“纸质出版还有没有未来？”作为一家出版传媒类上市公司董事长，彭玻有自己的答案：“纸质出版至少还有50年甚至更长的寿命，作为行业中的一员，我们要激发自己的创新力和创造力。”

坚守主业是中南传媒激发创新力和创造力的前提。彭玻介绍，公司的目标就是提高竞争力，出好书、出大书、出新书。

为此，中南传媒进一步加大研发投入，加快产品开发。“满足人们对美好生活的向往，首先要不断提供有营养、有价值、跟得上时代步伐的新产品。”彭玻说。

今年以来，中南传媒的《超级杂交水稻育种栽培学》《光荣与梦想：中国工业版画与新中国建设七十年》等10个项目获第五届中国出版政府奖，《破天机：基因编辑的惊人力量》《汉字就是这么来的》2种图书获第十六届文津图书奖。

同时，中南传媒在北京设立出版分中心，拟在北京打造一个出版平台。“构建产品矩阵，抢占制高点，通过体制创新激活出版。同时，我们将为优秀民营图书公司、创意工作室和自由工作者提供项目孵化、培育、运营、推广等全流程服务。”彭玻表示，北京出版分公司将来要做出版业的孵化器，培育行业中坚力量，同时为中南传媒注入新的活力。

中南传媒精耕主业取得硕果。上半年，公司实现营收55.16亿元，同比增长33.54%；实现净利润8.07亿元，同比增长20.71%。

## 推进转型升级

中南传媒积极拥抱5G，推进旗下相关产业转型升级。

“拥抱5G，用科技赋能，推动旗下传统纸媒转型升级。”彭玻说。“目前短视频内容众多，但质量良莠不齐。这个时候中南传媒应该站出来，为社会提供更多有温度、正能量的内容。”

据介绍，公司旗下红网和潇湘晨报两大品牌融媒体矩阵发展提速。今年上半年，红网聚焦建党100周年和

党史学习教育，“时时刻刻学党史”融媒体专栏全网总点击超5000万，“情牵红土地”大型融媒体报道全网总点击累计6.7亿次。新媒体端红网官方短视频号已有粉丝数555万，抖音矩阵点击量超千万作品91条、破亿14条。潇湘晨报经营公司的线下活动及新媒体广告快速增长。

同时，中南传媒坚持融合创新，基于5G技术打造“梦工厂”，培育引领中南传媒未来发展的新引擎。

公告显示，中南传媒将中南国家数字出版基地马栏山园区建设项目的投入资金由20亿元增至24亿元。未来，马栏山项目将融办公基地、创意中心、数据中心、媒体艺术中心、创业孵化器、出版博物馆等业态于一体，融短视频、融媒体、数字教育等产业于一体，为公司发展持续提供动力。

## 实现智能化出版

中南传媒2021年半年报显示，截至报告期末，公司货币资金为117.23亿元。中南传媒账面上充足的货币资金投资受到市场关注。彭玻表示，公司对投资始终秉持谨慎、务实的态度。目

前，中南传媒的投资项目效益较好，未来的投资重心将放在产业发展上。

出版能力的提升、渠道的重构是中南传媒在出版板块投资的重点。彭玻介绍，中南传媒将引入国内领先科技企业，帮助公司打造出版管理系统，以提升公司的管理水平，实现数字化出版转型。同时，将联合科技企业打造一个服务型开放平台。“这个平台将基于5G和未来的6G时代实现智能化出版，引进人工智能、大数据、区块链等，抢占未来智能出版的制高点。”彭玻进一步解释。

出版资源也是中南传媒未来投资的重点。“对于出版业而言，版权资源、作者资源是核心竞争力。公司将构建资源中心，抢占行业稀缺资源。”彭玻介绍，“其中，童书和少儿读物领域发展潜力巨大，我们将重点加大对该方面的IP资源投入。”

彭玻认为，少儿读物和童书一定要注重质量和品质。“目前，希望制定一个童书印刷标准，从造纸厂的纸张开始，到印刷、出版，进行全面提质，构建未来童书高标准。中南传媒希望可以持续引领中国出版界，为满足人们的精神需求提供‘中南方案’。”彭玻说。

## 9月新能源乘用车市场渗透率近两成

● 本报记者 崔小粟

10月12日，中国汽车工业协会数据显示，9月汽车销量206.7万辆，同比下降19.6%。9月新能源汽车产销量再创新高，均超过35万辆；9月新能源乘用车市场渗透率达到19.5%。此外，9月汽车出口同比继续保持高速增长。

### 芯片供应略有缓解

9月，汽车产销量分别达到207.7万辆和206.7万辆，环比分别增长20.4%和14.9%，同比分别下降17.9%和19.6%。1-9月，汽车产销量分别为1824.3万辆和1862.3万辆，同比分别增长7.5%和8.7%，增速比1-8月继续回落。

中汽协称，9月芯片供应紧张情况略有缓解，但仍不能满足生产需要。加之去年同期基数较高，因此当月汽车产销环比上升，但同比下降。此外，全国多个省份实行有序用电政策，对汽车生产带来一定影响。

乘用车方面，9月乘用车产销量分别为176.7万辆和175.1万辆，环比分别增长18.1%和12.8%，同比分别下降13.9%和16.5%。1-9月，乘用车产销量分别为1465.8万辆和1486.2万辆，同比分别增长10.7%和11.0%。

商用车方面，9月商用车产销量分别为31万辆和31.7万辆，环比分别增长35.6%和28.3%，同比分别下降35.2%和33.6%。1-9月，商用车产销量分别为358.5万辆和376.1万辆，产量同比下降4.0%，销量同比增长0.5%。

展望四季度，中汽协方面表示，随着宏观经济稳中向好，汽车消费需求仍然稳定。不过，供给端不确定性仍然较大。四季度芯片整体供应预期好于三季度，但芯片供应仍然短缺；

各地有序用电，将提高汽车产业供应风险；电费上涨，原材料价格持续高位，将进一步加大企业成本压力，一定程度影响行业运行。综合各方面因素，审慎乐观地看待行业发展，全年市场将弱于预期。

中汽协副秘书长陈士华告诉中国证券报记者，四季度芯片供应紧张情况或将持续，预计到明年下半年芯片供应或呈现“紧平衡”状态。

### 新能源车市场表现出色

9月，新能源汽车市场表现依然出色，产销环比和同比均呈增长态势，且产销量均超过上月，再创历史新高，分别达到35.3万辆和35.7万辆，环比分别增长14.5%和11.4%，同比增长均为1.5倍。

在新能源汽车主要品种中，与上月相比，纯电动和插电式混合动力汽车产销量均有增长；与上年同期相比，纯电动和插电式混合动力汽车产销同样保持迅猛增长。

1-9月，新能源汽车产销量分别达到216.6万辆和215.7万辆，同比分别增长1.8倍和1.9倍。在新能源汽车主要品种中，与上年同期相比，纯电动和插电式混合动力汽车产销均延续高速增长势头。

值得关注的是，9月新能源汽车市场渗透率继续维持历史高位，达到17.3%。其中，新能源乘用车市场渗透率达到19.5%。

另外，汽车出口同比保持大幅度增长。9月，汽车企业出口17.3万辆，环比下降7.5%，同比增长74.0%。分车型看，乘用车本月出口13.5万辆，环比下降12.6%，同比增长78.4%；商用车出口3.8万辆，环比增长16.2%，同比增长60.2%。其中，新能源汽车出口增长贡献度为21.4%。

## 9月动力电池销量同比增长155.8%

● 本报记者 金一丹 见习记者 李媛媛

10月12日，中国汽车动力电池产业创新联盟发布的数据显示，9月我国磷酸铁锂电池产销量、装车量均超过三元电池，动力电池生产向头部企业集中。

中航锂电、容百科技等多家锂电企业负责人在“第三届全球新能源与智能汽车供应链创新大会”上表示，将加快动力电池原料回收体系建设，强化原料、结构、工艺等方面创新。

### 产销量大增

产量方面，9月我国动力电池产量共计23.2GWh，同比增长168.9%，环比增长18.9%。其中，三元电池产量9.6GWh，占总产量41.6%，同比增长102.6%，环比增长15.1%；磷酸铁锂电池产量13.5GWh，占总产量58.3%，同比增长252.0%，环比增长21.9%。

1-9月，我国动力电池产量累计134.7GWh，同比增长195.0%。其中，三元电池产量62.8GWh，占总产量46.6%，同比增长131.1%；磷酸铁锂电池产量71.6GWh，占总产量53.2%，同比增长291.4%。

销量方面，9月我国动力电池销量共计17.8GWh，同比增长155.8%。其中，三元电池销售7.6GWh，同比增长118.0%，占总销量42.9%；磷酸铁锂电池销售10.1GWh，同比增长194.2%，占总销量56.9%。

1-9月，我国动力电池累计销量达106.8GWh，同比增长176.9%。其中，三元电池销售49.3GWh，同比增长135.8%；磷酸铁锂电池销售56.7GWh，同比增长225.0%。

动力电池生产向头部企业集中。9月共计39家动力电池企业实现装车配套，较去年同期减少11家。排名前3家、前5家、前10家动力电池企业动力电池装车量分别为12.3GWh、13.4GWh和14.6GWh，占总装车量比分别为78.4%、85.3%和93.2%。1-9月共计54家动力电池企业实现装车配套，较去年同期减少10家，排名前3家、前5家、前10家动力电池企业动力电池装车量分别为67.2GWh、

77.0GWh和84.4GWh，占总装车量比分别为73.0%、83.6%和91.7%。

### 两种技术路线并行

近期，磷酸铁锂电池的月度装车量明显高于三元电池。数据显示，9月，磷酸铁锂电池共计装车9.5GWh，同比上升309.3%，环比上升32.3%；三元电池共计装车6.1GWh，同比上升45.6%，环比上升15.0%。

从累计数据看，三元电池的装车量略高于磷酸铁锂电池。1-9月，三元电池装车量累计47.1GWh，占总装车量51.2%，同比上升99.5%；磷酸铁锂电池装车量44.8GWh，占总装车量48.7%，同比上升332.0%。

在“第三届全球新能源与智能汽车供应链创新大会”上，宁德时代新能源科技股份有限公司总裁助理余胜表示，磷酸铁锂电池短期增幅明显，但长期动力有限，储能是磷酸铁锂电池发展的重要推手。

业内人士表示，三元电池和磷酸铁锂电池各有优劣，两种路线电池并行发展是行业趋势，根据不同用户需求选择搭载不同类型电池的车辆。

除了性能差异，资源供给有限是三元电池发展的一大障碍。资料显示，三元材料是以镍盐、钴盐、锰盐、铝盐等不同组合为原料，经过调配制成三元前驱体，再与碳酸锂、氢氧化锂等锂盐混合。在三元材料成本中，原材料成本占比超过80%。

东莞证券认为，从成本角度考虑，提高三元材料镍含量是降低三元材料整体成本的必然选择。余胜表示，海外动力电池高镍化趋势清晰，高镍电池受到终端车企青睐。2021年上半年，海外高镍正极材料占比38%，远超2020年的23%。2021年上海车展超过40款新车型选择高镍路线，其中包括奔驰、宝马、奥迪等主机厂主力车型。

中航锂电乘用车事业部总经理谢秋表示，新能源汽车进入加速发展时期，8月渗透率已接近20%。随着产业高速发展，电池产业链生产、使用、回收压力巨大。原料资源不均，供给严重紧缺，行业需减少资源依赖。

## 多家上市公司三季报业绩大幅增长

● 本报记者 董添

截至10月12日晚20时，华工科技、濮耐股份、国民技术等5家上市公司披露了三季报，不少是净利润大幅增长“优等生”，且第三季度业绩普遍发力。其中，国民技术第三季度净利超过上半年总和。

当日63家公司披露了三季度业绩预告，部分公司第三季度业绩环比改善明显。

### 部分公司第三季度业绩环比改善明显

国民技术10月12日晚间披露三季报，前三季度公司实现营业收入6.09亿元，同比增长121.3%；实现归属于上市公司股东的净利润9128.67万元，同比增长1512.94%。其中，第三季度实现营业收入为3.29亿元，同比增长

209.02%；归属于上市公司股东的净利润为4814.05万元，同比增长85.61%。第三季度营业收入，归属于上市公司股东的净利润均超过上半年总和。

从股东结构看，Wind数据显示，截至9月30日，全国社保基金六零二组合及社保基金五零四组合新进成为国民技术十大流通股东，共计持股1098.01万股。知名投资人刘益谦合计持股数量不变，期末参考市值约为2.53亿元。

华工科技10月12日晚间披露三季报，前三季度公司实现营业收入73.68亿元，同比增长63.37%，实现归属于上市公司股东的净利润8.02亿元，同比增长64.69%。其中，第三季度实现营业收入27.3亿元，同比增长54.55%；归属于上市公司股东的净利润约为4.53亿元，同比增长211.73%。公司表示，本期销售订单较上年同期大幅增长。

华工科技此前披露的前三季度业

绩预告显示，公司预计前三季度实现归属于上市公司股东的净利润7.5亿元至8.1亿元，同比增长54.07%至66.4%。

功能耐火材料企业濮耐股份业绩不及预期。公司前三季度实现营业收入33.19亿元，同比上升8.08%；归属于母公司的净利润为1.56亿元，同比下降36.47%。公司表示，原材料成本上升，销售价格调整滞后，降低了盈利能力；同时，全球海运运费暴涨，公司相应经营成本增加。

### 业绩预告密集披露

上市公司三季度业绩预告进入密集披露期。截至10月12日晚20时，当日63家A股公司披露了前三季度业绩预告，其中不乏广受关注的明星上市公司，不少公司第三季度业绩环比明显

## 小米集团发布B端业务战略

● 本报记者 杨浩

10月12日，小米集团举行首届企业服务峰会，并披露B端业务战略。小米集团合伙人、总裁王翔表示，B端业务是小米集团各项能力的延伸，希望赋能B端用户，把企业客户变成“米粉”。

### 切入企业服务市场

谈及小米集团切入ToB业务的原因，王翔坦言，除了作为集团新的业务增长

点，更多是希望提高整个企业和社会的运行效率。“小米商业模式的重点之一就是效率高，希望能让其他企业花最少的钱，用最有效方式提升运营效果。”王翔说。

今年1月，小米集团组建ToB业务部门。小米集团ToB业务部副总裁白鹏透露，今年小米ToB业务收入预计约20亿元。

定制终端是小米集团ToB业务的重要组成部分。白鹏介绍，目前主要提供手机、电视、平板、音箱等产品的定制解决方案。

小米集团ToB业务另一大板块是

智能生态业务。白鹏表示，智能生态业务已经形成五大场景的智能生态解决方案，包括住宅、酒店、公寓、办公、养老，已与泰康养老社区、华住全季酒店、佳兆业集团住宅项目、上海港城人才公寓等进行智能生态业务合作。

### 做好行业适配

王翔表示，ToB业务和ToC业务的逻辑和模式不一样。“ToC模式不能直接服务于ToB市场，ToB业务需要针对

改善。

顺丰控股预计，前三季度实现归属于上市公司股东的净利润17.6亿元至18.6亿元，同比下降67%至69%。其中，第三季度归属于上市公司股东的净利润为10亿元至11亿元，同比下降40%至46%。其中，预计第三季度扣非净利润将较第二季度增长14%至29%，公司整体盈利水平稳步回升。

对于第三季度业绩环比改善的主要原因，公司表示，不断完善产品分层，制定针对性市场策略，调优产品结构，提升产品定价能力。同时，持续推动网络资源整合、成本精细化管理、中转账自动化设备升级等举措，场地、运力资源利用率以及营运操作效能逐步提升，改善了整体效益。

山西证券研报显示，建议重点关注基本面扎实、季度业绩环比改善明显的优质细分龙头标的。

特定行业特定客户做更定制化的开发和适配。我们现在主要的工作就是深入了解不同行业的需求，做好适配，希望能把企业客户真正变成“米粉”。

白鹏介绍，ToB的智能生态业务需要在ToC的智能生态平台上进一步扩大开放能力和力度，这是今年上半年其团队的技术研发重点。“当应用场景从室内扩大到住宅、扩大到社区时，需要考虑将中央空调、中央地暖以及室外的摄像头、门闸、门锁等第三方设备接入到智能生态平台。”