

构建业务增长“飞轮”

## 同庆楼:让老字号焕发新活力



①同庆楼庐州府店  
②同庆楼面点加工车间  
③同庆楼四大传承菜之一煮干丝  
本报记者王科 张映雪 摄

近日,中国证券报记者调研中华老字号同庆楼了解到,作为餐饮名店,同庆楼在传承经典的同时兼容并蓄,打破中餐地域限制实现全国扩张,并通过信息化等创新手段不断迭代升级,实现了餐饮、酒店、食品等多业态融合发展,构建起业务增长“飞轮”,让老字号焕发新活力。日前举行的中央经济工作会议强调,培育壮大新型消费,大力发展数字消费、绿色消费、健康消费,积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。而老字号作为国货的重要组成部分,如何让其焕发新活力成为业内热议的话题。

● 本报记者联合报道

## 传承经典 兼容并蓄

“同庆楼于1925年创立于芜湖,距今已有近百年历史,底蕴丰厚。作为历史餐饮名店,同庆楼于1999年成为第一次评定的56个中华老字号品牌之一。2006年,商务部发布第一批中华老字号名单,同庆楼同样位列其中。”同庆楼总经理王寿凤向中国证券报记者介绍。臭鳊鱼、煮干丝、红烧肉和小笼包四大传承菜,见证了同庆楼作为百年老字号的美食底蕴。“以臭鳊鱼为例,我们精选活鱼宰杀,采用古法干腌技艺,烹饪出来的鱼肉肉质紧实,入口爽滑,细嫩弹牙,汤汁香浓,深受消费者喜爱。”同庆楼财务总监、董秘范仪琴告诉中国证券报记者。

值得一提的是,同庆楼虽然立足徽菜,却不仅仅只有徽菜,而是兼容并蓄,博采八大菜系之众长,满足当下消费者日益挑剔的味蕾。以四大传承菜之一的煮干丝为例,同庆楼精选大豆入料,配上名厨刀工,佐以秘制鸡汤,烹饪出来的煮干丝鲜嫩清爽、绵软爆汁,并使这道招牌淮扬菜得以发扬光大。

小笼包看似寻常,但内有乾坤。王寿凤告诉中国证券报记者,“同庆楼的特色菜很多,但小笼包几乎每桌必点。我们的小笼包皮薄、馅大、汁多。吃小笼包有个口诀,‘轻轻提,慢慢移,先开窗,后喝汤’。”

东莞证券表示,口味的地域性和中餐复杂多样的烹饪方式,使得中餐难以标准化、

连锁化。中国餐饮的连锁化水平远低于美国、日本等发达国家。既传承经典又与时俱进,立足徽菜同时兼容并蓄,使得同庆楼能够打破中餐口味的地域限制,实现全国扩张。

“我们2009年已经在南京开店,开了十几家大型酒楼,在江苏市场得到验证。2012年之后又到北京开了两家餐馆,也很受欢迎。”王寿凤对中国证券报记者表示,“未来,我们会立足长三角、环太湖地区,如果有合适的机会也会挺进大湾区。”

## 异地扩张 门店升级

百年老字号,无疑是一块金字招牌。但在市场经济大潮中,一些老字号陷入发展困境。上世纪90年代,同庆楼同样陷入沉寂。2004年,公司现任董事长沈基水以27.3万元拍下“同庆楼”商标,并让这家老字号焕发新生。

2010年,同庆楼作为徽菜代表进驻上海世博会。2020年,同庆楼登陆A股,开启发展新篇章。近年来,同庆楼迈入了发展快车道。今年前三季度,同庆楼实现营业收入约16.83亿元,同比增长34.95%;实现归属于上市公司股东的净利润20.37亿元,同比增长131.19%。

“老字号有文化,有传承,有故事。但我们不能故步自封,要用现代化的创新手段改进生产工艺,实现门店迭代升级。”王寿凤对中国证券报记者表示,信息化便是同庆楼实现“迭代”的重要手段。

范仪琴告诉中国证券报记者,“公司加大信息化投入。随着以信息化为代表的管理模式、运营模式、发展模式成熟,我们不但实现了异地扩张,且完成了业态升级。”

宴会业务,特别是“一站式婚庆”,成为同庆楼业态升级重要模式。

中国证券报记者在同庆楼庐州府店调研时,二十多档婚宴正在进行,现场井井有条。“二十多档婚宴有400-500桌,而我们半小时左右就把所有菜上齐。”同庆楼副总经理、酒楼事业部总经理张悦表示,“考验工业企业的是交付能力,考验餐饮企业的则是这种现场交付能力。”

除了极强的宴会现场交付能力,同庆楼还具备强大的婚庆运营能力。“除了台下的宴会,台上还有灯光舞美配合。这种‘宴席+婚庆’的运营能力,正是我们的核心竞争力之一。”张悦表示。

“好吃不贵,有面子。”不但是同庆楼的经营理念,也成为同庆楼经营能力的集中体现。

## 业态融合 拓展市场

依托餐饮业务的核心竞争力,同庆楼不但实现了业态升级,并实现了多业态融合发展的态度。

据悉,同庆楼以大众餐饮业务为基础,逐渐拓展宴会、酒店、食品、供应链等多个业务领域,目前已形成餐饮、酒店、食品三大核

心业务,实现多轮驱动业绩增长。2020年,公司新成立了餐饮事业部、婚礼事业部、宾馆事业部、食品事业部等五大事业部,由专业团队负责运营。

“宾馆业务涉及‘餐饮+会议+住宿’,而我们的餐饮非常强,宴会是隐形冠军,加上住宿服务,就可以做成一个大型综合性宾馆。我们的宾馆拥有独特的核心竞争力。”王寿凤表示。

同庆楼多业态协同能力有多强?从公司2022年年报看,富茂酒店的餐饮收入占总收入的70%以上,而市场上同规模酒店的餐饮收入占比通常为30%左右。

“‘餐饮+宾馆’是到店业务,而更大的一块市场是到家业务,这就是食品。”王寿凤告诉中国证券报记者,2022年是同庆楼进军预制菜的第一个完整年度,销售额便做到近亿元,且发展潜力很大。今年前三季度,公司食品业务实现税后收入近1.4亿元,同比增长118%,2024年力争突破4亿元。

“我们的预制菜是大厨菜,因为我们用的是大厨技术、现代化手段,要把大酒店的美味送到千家万户。”王寿凤表示,公司的大厨菜已经推出很多产品,并打造了四喜丸、酸菜鱼、红烧肉、小笼包等诸多爆品。

“未来我们希望让餐饮和宾馆来创品牌,食品来创规模,食品毕竟是万亿赛道,这样形成一个正向‘飞轮’,开启无限空间。”王寿凤表示。(本报记者 任明杰 何昱璞 王科 张映雪 李信霏)

## 小米发布首款汽车

披露五大核心技术

● 本报记者 杨浩

12月28日,小米集团举办小米汽车技术发布会,小米汽车首款车型小米SU7亮相,同时披露了电驱、电池、大压铸、智能驾驶以及智能座舱五大自研核心技术体系的最新成果。小米集团创始人、董事长兼CEO雷军表示,小米集团由此实现了“人车家生态”战略完整闭环。

业内人士表示,我国新能源汽车市场将逐步进入平稳增长期,由增量市场转向存量市场,市场竞争将进一步加剧。在此背景下,定价将成为小米汽车能否成为爆款车型的重要因素。

## 关键技术深度自研

雷军表示,小米坚持从底层核心技术出发,坚持正向研发、关键赛道深度自研。小米汽车首期研发投入超100亿元,研发团队共有3400多名工程师。其中,关键领域拥有上千名国内外顶尖技术专家。

在智能驾驶领域,小米发布了自适应变焦BEV技术、道路大模型、超分辨率占用网络技术三项关键技术。雷军说,小米在全栈自研智能驾驶技术方面第一期总投资已达33亿元,目前追加到47亿元,测试车辆超过200辆,测试里程超过1000万公里。智能驾驶是小米重点投入的赛道,目标在2024年进入行业第一阵营。

智能驾驶成为汽车产业重要赛道。赛迪研究院产业政策研究所(先进制造业中心)所长王昊表示,新能源汽车与数字经济结合的紧密度进一步提高。

雷军介绍,小米已经拥有完整的汽车大工业智能制造实力。在电机方面,小米发布了超级电机HyperEngine V8s,转速达到27200rpm,预计2025年将搭载上车。同时,小米预研下一代超级电机,创新激光缠绕转子技术,在实验室阶段成功突破35000rpm。在电池方面,小米自研了CTB一体化电池技术,并联合宁德时代首发电芯倒置技术,小米还自建了电池包工厂。另外,小米自研了“9100t超大大压铸集群”和压铸铝合金材料“泰坦合金”。

## 构建“人车家生态”闭环

雷军介绍,小米汽车首款车型已经实现小规模量产,正在进行大量验证测试,要打造好看、好开、舒适、安全的移动智能空间。

小米首款汽车定名为XIAOMI SU7,定位“C级高性能生态科技轿车”,提供海湾蓝、雅灰、橄榄绿三种配色。为减少虚拟按键带来的不便,小米SU7保留了众多物理按键,主要用来控制空调温度、风量、尾翼、空悬等。

据介绍,小米SU7搭载双电机,实现全轮驱动,百公里加速时间2.78秒,最高时速265公里。小米SU7搭载小米-宁德时代电芯,在800V超快充支持下,充电15分钟续航可达510公里。雷军表示,凭借强大的热管理技术能力,小米汽车要做电动车冬季续航之王。随着小米SU7的发布,小米由此实现了“人车家生态”的完整闭环。

万物互联生态是小米的强项。雷军介绍,小米平板应用生态可以无缝上车,其他米家设备也可以实现无缝上车,车内预留扩展接口,支持设备即插即用。此外,小米打造了CarIoT生态,全面向第三方开放。

对于非小米手机系统用户,小米汽车支持无线CarPlay、AirPlay等。

## 定价值得关注

雷军表示,小米汽车是小米集团的重大跨越,从手机、AIoT到汽车实现跨越。小米汽车是小米集团新的开始。

值得一提的是,小米首款汽车还未公布价格,但雷军已向消费者作出铺垫,“确实有点贵”。

当前,新能源汽车市场竞争进一步加剧,这给小米汽车定价带来难题。王昊表示,新能源汽车产业快速发展,海外竞争对手逐渐完成传统燃油车向新能源赛道转型,自主品牌与海外品牌竞争将愈发激烈;同时,我国新能源汽车市场将逐步进入平稳增长期,逐渐由增量市场转向存量市场。

雷军表示,小米不怕“卷”。从消费电子市场看,小米依靠性价比开拓出自身的市场份额。近年来,随着手机赛道竞争进一步加剧,小米集团的战略逐渐向“高端化”调整。因此,业内人士猜测,小米汽车不会像当年的小米手机那样采取低价策略。

对于电动汽车市场竞争格局,雷军此前表示,随着电动汽车行业走向成熟,全球前五大品牌将占据80%以上的市场份额。“成功的唯一途径是成为前五名以上,年出货量超过1000万辆。”

定价将成为小米汽车能否成为爆款车型的关键因素之一。国金证券此前发布研报显示,预计小米SU7起售价在20万元以下,总体在20万元-30万元之间,预计小米新车的年销量会达到7万-8万辆。

## 看好行业前景 游戏企业密集增持回购

● 本报记者 曾秀丽 见习记者 杨梓岩

12月28日,游戏股反弹走高。A股方面,截至28日收盘,连升科技涨超13%,中科云网涨停,迅游科技、电魂网络等跟涨。港股方面,腾讯控股涨近3%,网易-S涨逾3%。近期,游戏企业纷纷发布增持或回购公告,向外界传递信心,业内普遍看好游戏市场前景。

## 增持回购计划密集出炉

近期,游戏企业增持回购计划密集出炉。腾讯控股12月27日在港交所公告,当日以每股282.2港元至291港元的价格回购351万股股份,耗资约10亿港元。

恺英网络12月27日晚间公告,高管人员拟增持不低于800万元。恺英网络此前公告,公司实际控制人、董事长金锋已完成于2023年12月23日披露的增持计划,累计增持金额约2000.24万元。金锋拟继续增持公司股份,增持总金额不低于1亿元。

此外,吉比特公告称,拟以5000万元至1亿元回购股份,回购价格不超过390元/股。回

购股份将用于员工持股计划或股权激励。三七互娱公告称,拟以1亿元至2亿元回购股份,回购价格不超过33.9元/股。电魂网络公告称,拟以2000万元至4000万元回购股份,回购价格不超过38.46元/股。

## 版号发放加快

12月25日,国家新闻出版署发布《2023年12月份国产网络游戏审批信息》,105款产品通过审批,包括腾讯的《逆境:未来》,网易的《萤火突击》,心动公司的《心动小镇》等。业内人士表示,此次批准发布国产网络游戏版号,展示了主管部门积极支持网络游戏发展的态度。

游戏版号发放节奏明显加快。国家新闻出版署和游戏产业统计信息显示,2021年发放游戏版号748款。其中,国产672款,进口76款;2022年发放游戏版号512款。其中,国产468款,进口44款。2023年以来,发放游戏版号1075款。其中,国产977款,进口98款。

对此,中国音像与数字出版协会游戏工委认为,版号发放政策稳定性逐步增强,游戏

市场回升明显。今年以来,版号稳定核发,稳步增长,让游戏企业吃了“定心丸”。如今,游戏企业更多将精力放在市场探索、模式创新、自研创新和科技创新等方面,并积极开拓海外市场。随着版号“常态化+大力度”获批,游戏精品化日益成为企业高质量发展的主流趋势。

近年来,中国游戏产业发展迅速。《2023年中国游戏产业报告》显示,今年国内游戏市场实际销售收入首次突破3000亿元关口,用户规模再创新高,达到6.68亿。

游戏工委表示,希望广大会员单位以此为契机,努力推出更多精品,推动网络游戏行业高质量发展,为促进文化繁荣,建设文化强国贡献力量。

## “两翼齐飞”助推产业升级

科技赋能、产品出海,“两翼齐飞”助推游戏产业升级。展望后市,业内普遍看好游戏行业前景。

德邦证券研报显示,AR/VR以及AIGC赛道成长预期明显,当下正是布局时机。同

时,政策支持数字经济、文化产业和平台经济发展,看好行业未来发展。

根据国泰君安研报,在AI与MR加快发展背景下,游戏产业具备新看点。2023年以来,以ChatGPT为代表的AI产品快速迭代,游戏与AI相互促进。一方面,游戏能够帮助AI进行训练,增强智能水平;另一方面,强大的AI能够提升游戏产业生产效率、催生智能NPC等新功能,从而促进游戏产业发展。

“出海”为游戏企业带来更多业绩增长点。今年第三季度,腾讯在国际市场的游戏收入为133亿元,同比增长14%,占比提升至29%,且国际市场游戏营收连续三个季度实现两位数增长。网易创始人丁磊此前表示:“网易游戏海外市场营收占比超过10%,希望未来海外市场营收占比能达到40%-50%。”

伽马数据发布的《2023年中国游戏出海研究报告》显示,2023年全球游戏市场总体规模回暖。预计2023年全球游戏市场规模为人民币11773.79亿元,同比增长6%;全球移动游戏市场规模为6062.67亿元,同比增长1.98%;中国自研游戏在海外市场的收入为163.66亿美元。

## 交通银行山东省分行两个项目 荣获“首届山东省5G新动能创新创业大赛”一、三等奖

日前,在山东省工业和信息化厅、中共山东省委省直机关工作委员会主办,山东电子商会、山东省国防机械电子工会、山东省支付清算协会承办的“首届山东省5G新动能创新创业大赛”上,交通银行山东省分行5G数智金融优秀项目“5G金融专网项目”和“AI智能客户分析系统”脱颖而出,经过现场公开路演答辩展示及专家评审,分获大赛一、三等奖。

近年来,秉持“数据多跑路,客户少跑腿”的服务理念,交通银行山东省分行充分依托科技赋能数字化转型,助力全省高质量发展,更好为山东消费者提供更加便捷、优质的金融服务。

交通银行山东省分行参加此次赛事,一方面展示了交行基于5G在金融服务领域创新模式的解决方案和应用实践,推动了5G技术与数字金融的深度融合,构筑起“5G+场景”综合生态圈应用服务体系。另一方面宣传推广了交行5G应用方面的创新产品,加强了业内外行业的沟通和分享。

交通银行山东省分行相关负责人表示,交通银行作为金融“国家队”,积极运用科技创新,践行金融为民、服务实体的使命担当,依托人工智能为金融创新发展开辟新手段、新赛道,进一步提升交行服务效率和消费者服务新体验。

-CIS-

## 山东交行助推济南地铁智慧出行体验再上新台阶

近日,数字人民币支付系统在济南地铁试运行。为全面贯彻落实有关部门关于数字济南建设的工作要求,推动数字人民币多元化应用场景与市民日常交通出行领域的深度融合,营造数字人民币良好使用氛围,济南轨道交通集团携手交通银行山东省分行成功完成终端设备升级改造,率先在济南地区将“数字人民币”的试点应用延伸至轨道交通领域。

交行相关负责人介绍,此次数字人民币应用场景落地,是践行金融工作政治性,积极响应济南市政府数字推广工作部署的重要体现,进一步拓展了金融服务覆盖面,助力绿色低碳高质量发展,推动济南地铁智慧出行体验再上新台阶,同时为加快推动更多数字人民币便民应用场景落地积累了经验。

-CIS-