

农业农村部：加快打造种业振兴骨干力量

●本报记者 高佳晨

近日,农业农村部办公厅发布《关于扶持国家种业阵型企业发展的通知》(简称《通知》),公布了270家农作物、畜禽、水产种业企业及专业化平台企业(机构)阵型名单。8月8日,农业农村部种业管理司、渔业渔政管理局和全国畜牧总站负责人就《通知》有关情况回答记者提问时表示,做大做强种业,必须做优做强一批具备集成创新能力、适应市场需求的种业龙头企业,着力构建国家种业企业阵型,加快打造种业振兴骨干力量。

提升种业国际竞争力

《通知》表示,根据企业规模、创新能力和发展潜力等关键指标,从全国3万余家种业企业中遴选了69家农作物、86家畜禽、121家水产种业企业机构,集中力量构建“破难题、补短板、强优势”国家种业企业阵型,加快打造种业振兴骨干力量。

8月8日,农业农村部在答记者问时表示,发布国家种业阵型企业名单、扶持阵型企业的主要考虑有三方面:推进种业科技自立自强,必须发挥优势种业企业“主板”集成作用;实现种源自主可控,必须夯实优势种业企业这个“基本盘”;提升种业国际竞争力,必须做强做优做大种业企业。

“近年来,我国种业企业发展较快,已经拥有两家全球前10强的农作物种业企业,但是多数企业规模小、竞争力不强。实现由种业大国向种业强国的转变,必须着力打造一批优势龙头企业,逐步形成由领军企业、特色企业、专业化平台企业共同组成协同发展的国家种业振兴产业集群。”农业农村部表示。

农业农村部表示,扶持种业阵型企业发展是一项长期性、基础性工作,离不开各地各部门各方面的大力支持,将共同努力集中资源力量支持国家种业阵型企业发展,形成齐抓共管、合力推



视觉中国图片

进的工作局面。

具体举措方面,大力推进“三对接”,支持科研单位与阵型企业对接、鼓励金融机构与阵型企业对接、推动种业基地与阵型企业对接;积极创设扶持政策,支持阵型企业参与种质资源保护、鉴定和开发利用,支持阵型企业牵头承担国家育种联合攻关等任务;同时建立企业联系机制,净化种业市场环境,为企业发展营造良好环境。

优质种业龙头前景可期

根据近日公布的国家农作物种业阵型企业名单,农发种业、登海种业、隆平高科、敦煌种业、荃银高科、丰乐种业等上市公司入选“国家农作物种业阵型企业”,圣农发展、温氏股份、顺鑫农业、

傲农生物、牧原股份、正邦科技、金新农、新希望、立华股份等上市公司入选“国家畜禽种业阵型企业”,天马科技、ST獐子岛、好当家、诺禾致源等上市公司入选“国家水产种业阵型企业”。

业内人士表示,种业是保障粮食安全的核心因素,2021年以来,国家相继出台多项政策法规,体现出国家对粮食安全的高度重视以及做大做强国内种业的决心,龙头企业的研发优势将逐步在市占率上得到体现。

商务部国际贸易经济合作研究院研究员周密对中国证券报记者表示,种业是我国农业的基础设施项目,也是决定我国农业发展方向和效率的关键产业。在过去很长一段时间内,我国种业发展相对滞后,导致部分农产品依赖国外进口。因此,种业发展关系到我国的

粮食安全以及农业的国际竞争力。

太平洋证券在研报中表示,2021年下半年以来,种业各项利好政策密集发布。随着政策的落地实施,种业将迎来新的快速发展期。今年下半年,种业有望进入全新阶段,龙头企业在研发和产品布局方面具有领先优势,市场份额有望扩大。

“从周期的角度来看,玉米、小麦、水稻等主要农产品价格普涨带动种植产业链景气度上升,种业正式步入景气上行通道;从成长的角度来看,政策监管趋严利好种业竞争环境优化。周期与成长共振,优质种业龙头前景可期。”华西证券在研报中表示,国家振兴种业的决心及国家政策对种业的扶持,有利于加快形成优势种业产业集群,种业龙头企业将持续受益。

中国联通上半年净利同比增长18.7%

●本报记者 彭思雨

8月8日晚,中国联通发布的2022年半年度报告显示,公司上半年实现营业收入1762.61亿元,同比增长7.4%;实现归母净利润47.86亿元,同比增长18.7%;每10股拟派发现金股利0.663元,共计拟向公司股东派发约20.19亿元(含税)的股利。

值得一提的是,中国联通创新业务保持高速增长,上半年产业互联网业务新增收入占公司总体新增收入的比重超过70%,成为业绩增长“第一引擎”。

产业互联网业务多点开花

上半年,中国联通基础业务发展稳中向好,移动出账用户达3.2亿户。其中,5G套餐用户净增2999万户,达18492万户;5G套餐渗透率达58%,用户结构进一步优化。移动用户ARPU为44.4元,与去年同期保持平稳。

宽带方面,上半年实现宽带接入收入230亿元,同比增长4.3%,增长较去年同期的0.7%提升3.6个百分点。宽带接入用户净增440万户,总数达9944万户,净增用户数创近10年同期新高,融合渗透率达73%,用户黏性提升。

中国联通表示,今年以来,公司新旧动能转换趋势更加显著,创新业务保持高速增长,产业互联网业务成为业绩增长“第一引擎”。上半年,公司产业互联网业务实现收入369亿元,同比增长31.8%。其中,“联通云”收入达187亿元,同比增长143.2%;数据中心业务实现收入124亿元,同比增长13.3%;物联网业务实现收入43亿元,同比增长44.1%,连接数突破3.35亿户;大数据业务实现收入19亿元,同比增长48.9%,区块链专利储备央企第一。

上半年,中国联通加大产业互联网业务创新力度。数据中心业务方面,优化“5+4+31+X”资源布局,聚焦京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝、鲁豫陕重点区域,提升算力服务品质和利用效率,数据中心机柜利用率超过68%,IDC机架数达32.9万架,较去年底增加1.9万架;云业务方面,持续丰富产品品类,自研产品超300款,服务多地数字政府政务云建设和央企数字化转型;物

联网业务方面,加速推进人机器泛在互联,坚持5G引领的网业协同策略,自主定制增强雁飞芯模能力;大数据业务方面,发挥数据治理和数据安全长板优势,建设产品体系,深耕数字政府、数字金融等重点领域;自主研发首个基于区块链的跨运营商5G运营调度系统的共建共享区块链调度平台。

上半年,中国联通研发费用同比增长113.7%,科技创新人员占比达到26%,授权专利数达到780件,同比提升27%。中国联通表示,公司计划进一步投入10亿元作为核心技术攻关专项预算,单列核心技术攻关激励3000万元,持续推动科技创新。

深化5G应用落地

5G创新应用方面,中国联通表示,公司顺应行业“5G化、千兆化、融合化”的发展趋势,加强5G数智生活和智慧家庭应用产品供给,发布5G新通信、银龄专享等新产品和新服务,大力发挥产品创新驱动的差异化优势,为基础业务创新转型升级蓄能。

5G应用加速从“样板间”走向“商品房”。上半年,5G行业应用签约规模近40亿元,5G虚拟专网服务客户数达到2014个,5G行业应用累计项目数超过8000个。5G/4G精品网建设、千兆宽带精品网建设、算力精品网建设、政企精品网建设等基础网络能力大幅提升。其中,算力精品网建设方面,中国联通完成“东数西算”网络总体架构方案,初步完成产业互联网低时延平面建设,总规模达到32.9万架,骨干云池算力规模达到58万核vCPU。

网络建设方面,上半年,中国联通继续与中国电信紧密合作,新开通5G基站18万站,双方累计开通5G基站87万站,室分覆盖能力显著增强;新开通5G室分基站9万站,双方累计开通5G室分基站20万站,建成全球规模最大的5G共建共享网络。

中国联通表示,面对国家“东数西算”工程和“双千兆”网络建设窗口期,公司适度加大投入,上半年资本支出达284亿元,同比增长98.5%。资产负债率维持在42.9%的合理水平,财务费用同比大幅下降276%,财务状况稳健、抗风险能力不断增强。

全民健身迈上“云端” 市场发展迎来新机遇

今年8月8日是我国第14个“全民健身日”。与以往不同,今年以来线上掀起一波全民健身热潮。国家体育总局群体司副司长高元义日前表示,今年4月底开展的全国全民健身线上运动会已有700多万人直接参与,浏览量达几十亿。业内人士表示,随着全民健身参与人数的增多以及国家政策的支持,进一步刺激居民体育运动的消费需求,未来运动鞋服、体育用品等细分领域将受益。

●本报记者 于蒙蒙

越来越多年轻人在短视频平台搜索学习健身相关的内容。巨量算数数据显示,5月年轻用户在抖音搜索“健身”相关关键词的搜索量比1月增长171.5%。各类运动健身APP用户活跃度也有所增长,QuestMobile数据显示,5月,健身应用Keep的月活跃用户同比增长10.8%,天天跳绳APP的月活跃用户同比增长更是高达639.3%。

业内人士表示,互联网、直播、智能化等技术的发展为年轻人群创造了更好的运动健身环

境,带来新的运动健身方式与运动体验。在供给侧方面,互联网技术助力运动场馆、健身房智能化升级,提高行业资源利用率,促进运动健身服务产业效率提升。在用户体验方面,短视频、直播技术为用户提供了更好的互联网健身体验;智能手环、运动手柄、智能家用健身器材等智能化设备通过搭建智能健身平台,实现用户运动数据采集、健身计划制定、运动游戏互动、运动竞技、社交分享等功能,增加用户的运动乐趣,同时达到科学高效健身的目的。

根据《中国体育强国建设纲要》目标,到2025年,我国经常参加体育锻炼的人数比例要达到38.5%;到2035年,我国经常参加体育锻炼人数比例要达到45%以上。数据显示,2020年,我国体育锻炼人口已经达到4.4亿人。艾瑞咨询表示,在居民生活水平提高、政策鼓励、健康意识觉醒、体育赛事催化和体育精神鼓舞等因素驱动下,我国体育用品消费呈现出巨大的增长空间。伴随消费升级和体育消费理念的日趋成熟,消费者对体育产品的需求更加专业化和细分化,体育用品呈现量价齐升。

中信建投研报认为,在国家政策利好的背景下,运动鞋服行业将由国家体育事业及政策牵动,持续向好。



视觉中国图片 制图/苏振

水羊股份拟斥资14亿元打造水羊智造

●本报记者 段芳媛

8月8日,首届水羊科技创新峰会暨水羊智造基地一期投产仪式在长沙启动。水羊智造董事长张虎儿表示:“科技赋能产品是水羊股份的核心战略之一,水羊智造正式投产,标志着水羊股份全面进入智能化、数字化、个性化时代。”

年产值近40亿元

水羊股份相关负责人介绍,水羊股份坚持“研发赋能产品,数字赋能组织”的双科技赋能战略,在研发、品牌、全渠道等多方面进行优化布局,价值链逐步延伸。“水羊智造便是‘双科技战略’布局中的重要一环。”

公告显示,水羊智造基地项目的总投资金额拟为12.75亿元。“加上水羊股份针对水羊智造进一步提升智能化和研发项目等软硬件领域的投入,总投资或达14亿元。”公司相关负责人表示。

资料显示,水羊智造基地总占地面积达160亩,总建筑面积约为18万平方米,配套生产车间、全自动立体仓库、辅助车间、科研楼等,是一个集研发、设计、生产、物流于一体的智能生产基地,拥有目前全球单体面积最大的美妆生产车间,国内美妆行业体量最大、标准最高的全自动立体仓库。其中,水羊智造单体最大的美妆生产车间面积为4万平方米,总投资近3亿元,主要设备均拥有自主知识产权。“预计未来水羊智造全面达产后,整个园区将开发面膜、水乳、膏霜等近50条生产线,年产值近40亿元。”公司相关负责人说。

张虎儿表示,投资水羊智造能进一步提高公司生产加工能力和运营效率,满足营收增长需求,实现规模效应,同时还能进一步完善公司的战略布局,提升公司产品研发水平,满足消费者多样化需求,从而保障公司

具备长期竞争力,为公司迈入全球大型美妆集团的行列打下长期坚实的基础。

实现智能一体化运营

“水羊智造的智能化主要体现在数字化生产与个性化定制两大方面。”水羊股份董事长戴跃锋认为,智能化不仅简单指生产自动化,而是整个工厂的智能化、个性化与数字化。

据介绍,水羊智造集全自动无人乳化体系、全自动无人存储体系、全自动无人灌装体系、全自动无人生产体系、全自动包装体系于一体,将工厂的所有流程与体系打通,全程实现管道化、系统化、无人化生产,真正实现智能一体化运营。

以存储车间的灌装生产线这一环节为例,该环节利用数字化生产手段,通过MFS系统和阀阵控制生产线,平均效率较手工生产线提高3倍,较半自动生产线提高1倍。

除了数字化生产,水羊智造的智能化水平还体现在个性化定制能力上。

“我们依托超6000万用户肌肤的数据分析,调研了超30万名消费者的皮肤状态,并深度分析了2万人的肤质和脸型参数,细分出东方人脸的1620种肌肤形态。经过研发团队3年的深度研究,从功效和肤感的维度进行有效性匹配并验证了1620个配方,实现真正的个性化定制。”水羊股份研发相关负责人颜少慰表示。

目前,水羊智造已经形成了完备的定制化系统,包含了从研发、采购、制造、物流、仓储、财务等11个系统,全链路智能化体系支撑定制开发,定向为专属用户提供个性化的护肤解决方案。

“科技护肤不仅是产品的科技创新,也包括数字科技驱动护肤领域的创新。”颜少慰说。