

上市公司高质量发展系列谈

完善国际化布局

长久物流：把握新能源汽车产业链机遇

“今年是长久物流成立30周年,在新的起点,我们将继续专注于汽车上下游产业链的业务拓展,提升一体化综合服务能力,巩固发展整车物流业务,加强国际业务的运营能力,助力更多优秀的自主品牌‘走出去’,同时以新能源业务为着力点,为新能源汽车上下游产业链客户提供综合性服务。”长久物流董事长薄世久日前在接受中国证券报记者专访时表示。

9月初,一列搭载着62箱124辆整车的集装箱班列从珲春铁路口岸驶离,开启了跨境运输之旅,标志着珲春铁路口岸开启了服务国内整车出口的新征程。对长久物流而言,此次成功发运为公司的跨境运输业务拓展了又一新的口岸,将为公司响应“一带一路”建设激发新的潜能,为助力自主品牌汽车“走出去”提供更有力的资源和支撑。

● 本报记者 管秀丽

建立物流网络领先优势

近年来,国内汽车市场高速发展,巨大的市场体量催生出一批专业的第三方汽车物流公司,长久物流便是其中之一。

长久物流的前身于1992年在长春成立。“当时还没有轿运车,无论多长距离都要依靠人工驾送。”薄世久及其团队意识到,现代化的运输方式可以大幅提升汽车周转速度,市场潜力很大。于是,公司持续购入汽车运输车,加大力度与中国一汽等汽车厂商合作。2003年,长久物流成为中国一汽在长春地区最大的运输车队,拥有轿运车1000多辆。

“凭借优质的运力资源,公司积极开拓市场,与越来越多的汽车生产商建立长期合作伙伴关系,有效解决车辆回程空驶问题。”薄世久介绍。

随着全国性网络布局的推进,公司将总部搬到了北京。“进驻北京后,长久物流只用了5年多时间发运量就从10万辆增加到100多万辆,业务网点遍布全国20多个省(区、市),打造出网络化的运营模式。”薄世久说。

如今,公司已具备公路、铁路、水路多式联运的运输执行能力,累计水运可调度滚装船10艘,自有中置轴轿运车2450余辆,年发运量达300多万辆。

“回顾30年发展过程,公司的竞争力来源于多式联运体系的建立。”薄世久坦言,多式联运体系在保障公司运力



▲长久物流中置轴运输车

◀长久物流国际远洋滚装船“久洋吉”号公司供图

的同时有效控制了运输成本;覆盖了多元化客户资源,能够发挥较强的网络效应;同时,公司较早开拓国际市场,形成国际铁水网络;加大科技投入,拥抱数字化变革。

薄世久透露,在公司成立30周年之际,公司进一步调整战略,更加聚焦主业,对事业部进行精简合并,形成了整车、国际、新能源三大事业部。“未来我们对内将继续强化各板块专业能力,对外以客户需求为导向,优化解决方案,不断积累口碑,充分发挥品牌效应。”

借力资本市场提升竞争力

国内汽车物流行业起步晚、发展快,小、多、散、弱的企业难以形成有效的社会服务网络。基于打造更强有力的供应链意愿,长久物流借力资本市场不断发展壮大。

2016年,长久物流正式在上海证券交易所挂牌上市。作为第三方汽车物流行业上市公司,长久物流填补了境内资本市场汽车物流行业的空白,将国内汽

车物流市场“蛋糕”快速做大。

“在登陆资本市场后,为布局优质仓储用地,公司在2018年发行了可转债。”薄世久介绍,通过募资公司持续加强公铁水网络建设,运力水平飞速提升。同时,公司在国际铁路、国际滚装海运方面加速布局,占得先机。

在提升公司核心竞争力的同时,长久物流不忘回报投资者,2016年度至2020年度共计现金分红6.75亿元,转增1.6亿股。

“公司登陆资本市场并获得融资,加快了业务发展布局,也让更多人了解到长久物流。”薄世久说,作为物流行业上市公司,公司将持续聚焦主业,增强专业服务能力,提升公司治理能力、抗风险能力,持续创新并充分发挥“头雁效应”,利用好行业领先者的影响力,借力资本市场将公司业务做大做强,进一步支持汽车物流行业和汽车产业发展。

拓展新能源汽车产业链相关业务

展望未来,薄世久认为,新能源汽

车正成为汽车出口核心增长点,公司将抢抓新能源汽车产业链高速增长的机会,拓展相关业务板块。

中国汽车工业协会的数据显示,今年前三季度,中国汽车企业出口211.7万辆,同比增长55.5%。其中,新能源汽车出口38.9万辆,同比增长超过1倍。

在薄世久看来,在新能源汽车产业发展的带动下,自主品牌汽车出口有望持续增长。随着越来越多的自主品牌汽车走出国门,长久物流将为主机厂提供完整的高效率物流服务,发力新市场。

面对新能源汽车产业的蓬勃发展,薄世久表示,公司年初新设“新能源事业部”,将利用公司多年积累的产业链优势,并依托控股股东长久集团丰富的汽车产业布局资源,为新能源汽车上下游产业链客户提供物流、仓储、交付、充换电、动力电池回收及逆向物流等综合性服务。目前,公司已承接部分动力电池及上游原材料的物流服务。

【本专栏由中国证券报与中国上市公司协会联合推出】

新消费理念崛起

传统零售业态加快转型升级

● 本报记者 潘宇静

消费理念改变消费行为。当前,消费者更趋理性,健康、安全、营养的产品受到青睐。在近日举行的第五届消费品博览会暨物美年度供应商大会上,与会嘉宾认为,零售端和供应端企业需加强合作,以数字化为基础,提升供应系统的效率,同时研发出有竞争力的产品,提升用户体验。

满足多样化需求

“消费者的消费习惯在改变,健康意识越来越强,更加注重追求健康、安全、营养的产品。”雀巢大中华大区资深副总裁李文表示。

国家统计局数据显示,前三季度,社会消费品零售总额320305亿元,同比增长0.7%;全国实物商品网上零售额同比增长6.1%,增速明显快于社会消费品零售总额。同时,线下零售店铺销售继续改善。前三季度,限额以上实体店商品零售额同比增长2.3%,其中专业店和便利店商品零售额分别增长5.1%和4.9%。

国家统计局贸易外经司司长董礼华表示,随着传统零售业态加速转型升级,消费场景和消费体验不断拓展提升,实体店铺零售逐步改善。

麦德龙中国副首席执行官陈志宇表示,麦德龙中国从去年开始进行了会员店的转型,预计到今年年底麦德龙中国的付费会员总数将达到300万人。同时,麦德龙中国在过去一年极大加强了对自有品牌的重视,自有品牌销售量同比大幅增长。

大为股份参股公司发力新能源专用车业务

● 本报记者 李媛媛

11月4日晚间,大为股份公告称,参股公司大为弘德拟投资102亿元建设新能源专用车研发生产基地,涉及新能源环卫车、冷藏车等各类新能源专用车生产,新能源汽车研发中心建设以及碳酸锂及锂电池的生产。

建设生产基地

公告显示,大为股份参股公司大为弘德近日与井冈山经济技术开发区管理委员会签署了新能源专用车生产项目投资合同。

新能源专用车生产项目总投资额约102亿元。项目分三期建设,一期规划年产5000辆新能源环卫车、冷藏车等新能源专用车,并建设新能源汽车研发中心。二期新增年产15000辆新能源环卫车、冷藏车、医疗检测车等新能源专用车的生产规模,达产后可年产20000辆新能源专用车。三期开展碳酸锂及锂电池生产,并视一期、二期项目进展情况,进一步扩大新能源专用车的生产规模,进一步完善新能源专用车产业链,形成影响和辐射全省乃至全国的高端新能源专用车制造基地。

公司表示,大为弘德此次在江西省吉安市投资建设新能源专用车研发生产基地,旨在实现其产业链核心产品研发、制造,推动吉安新能源汽车及零部件、配套产业集群更好发展。

大为弘德为大为股份的参股公司。大为股份表示,本次签订的投资合同暂不会对公司生产经营产生重大影响。

大为股份主要业务包括半导体存储器业务、智能终端业务和汽车业务。其中,汽车业务主

维达国际市场营销总裁汤海棠表示,生活用纸目前存在成本上涨和产能过剩的问题,但纸品是刚需商品,维达集团的纸品销量增长很快。同时,维达集团坚持精细化产品设计,纸品有三个品牌,分别是得宝、维达、多康,不同品牌定价不同,以满足消费者的多样化需求。此外,全国化布局会带来增量市场,维达接下来会开拓华东等地区市场。

数字化赋能供应链

物美集团首席运营官许少川表示,展望未来,消费零售企业需要抓住三个机会:一是零售端和供应端企业的深度合作机会,两端企业联合提高商品力,以数字化为基础,分层触达消费者,从而进行精准营销;二是用户体验升级的机会,线下门店更多的是用户体验场所,消费零售企业通过线上线下一体化运营,提升全渠道顾客的渗透率;三是数字化赋能供应链以降低成本,优化端到端的管理。

数字化是提质增效的重要途径。中国物流与采购联合会副会长于剑波称,目前零售行业发展面临两大瓶颈:一是内部组织效率低,二是外部客户体验不佳,在零售终端表现为产品严重同质化,并由此带来价格战。这就要求零售企业和供货商联手实现数字化,精准营销满足市场需求。

“提升供应系统的效率,研发出有竞争力的产品,以客户为中心提升消费者的购物体验,做好这一点更能发挥企业的价值。”新希望食品事业部总裁刘怀伟表示。

要从事汽车缓速器的研发、设计、生产及销售,公司是宇通客车、中通客车以及金龙客车等国内主要大中型客车企业的主要供应商。

行业景气度高

大为弘德大手笔投建新能源专用车生产基地项目的底气,来自新能源汽车行业景气度高企。

中汽协数据显示,2022年1-9月,我国新能源汽车产销分别达到471.7万辆和456.7万辆,同比分别增长1.2倍和1.1倍,市场占有率达到23.5%。在促消费政策持续作用下,预计四季度汽车产销将继续保持较快增长。同时,汽车出口延续良好发展势头。

公告显示,大为股份2021年5月参股大为弘德,涉足新能源汽车专用车领域,合作开展新能源汽车专用车改装及零部件研发、生产与销售业务,助力优化公司汽车事业部业务结构,增强汽车业务盈利能力。

目前,半导体存储芯片业务为大为股份主要营收增长点,汽车制造业务收入占比较小。

今年前三季度,大为股份实现营业收入6.40亿元,同比增长12.17%;归母净利润为1286.28万元,同比增长62.41%。其中,第三季度实现营业收入2.62亿元,同比增长11.43%;归母净利润为555.12万元,同比增长18.49%。

对于业绩增长的原因,大为股份表示,公司在2021年12月收购大为创芯少数股东股权,并实现100%控股。报告期内,大为创芯整合业务及管理团队,加强营销团队的能力建设,实现营收稳步增长;控股子公司四川欧乐智能技术有限公司于2021年6月纳入公司合并范围,其业务规模扩大等。

VR一体机消费热情升温

虚拟现实产业有望加速发展

● 本报记者 程竹 彭思雨

近期,多个品牌VR一体机开启降价促销模式。中国证券报记者从线上线下多个销售渠道了解到,不同品牌的VR一体机降价力度在每台100元至2200元不等。业内人士表示,VR一体机产品迭代和技术升级加快,价格下探有利于激发消费潜力,产品出货量有望持续提升,产业链相关软、硬件以及内容生态企业将受益。

促销力度不一

不同品牌VR一体机降价力度差异明显。在京东网上商城,近期推出的新一代VR一体机Pico 4“8G+128G畅玩版”每台价格优惠100元。今年7月上新的YVR 2则出现大幅降价,不同型号的产品每台降价在2000元至2200元之间。

中国证券报记者走访一些线下门店发现,部分品牌线下门店VR一体机降价力度与线上保持一致,并追加赠品吸引消费者购买。例如,Pico北京长楸天街直营店向消费者赠送帆布包等周边产品。

在一家VR一体机品牌线下店,一位到店体验的顾客告诉记者:“VR一体机产品带来的体验感很新奇,视觉冲击力



强,画质也不错,个人比较看重游戏、健身和观影功能。”

据Pico线下销售部工作人员张翩翩介绍,Pico目前在全国开设了7家线下品牌体验店,提供VR一体机产品体验和购买服务,预计到今年年底会增设7-8家线下品牌体验店。

今年以来,VR一体机销量表现亮眼。根据Sandalwood中国电商市场监测数据,2022年前三季度,中国电商市场VR

一体机销量达93万台,2021年同期销量为50万台,同比增长86%。

开源证券认为,VR硬件相关技术升级趋势逐渐明晰,VR芯片、Pancake光学方案以及硅基OLED显示技术发展带来VR硬件性能提升,同时VR内容生态不断丰富。

生态逐渐完善

工信部等五部门近日联合印发的

新华社图片