

点燃数字经济新引擎 深圳闪亮数字中国版图

赛迪顾问日前发布的研报显示,2022数字经济城市发展百强榜中,北京、上海、深圳、杭州、广州连续多年稳居数字经济一线。

深圳数字经济正在蓬勃发展。公开数据显示,2021年深圳数字经济核心产业增加值突破9000亿元,占全市GDP比重为30.6%,总量和比重均位居全国前列。

中国证券报记者日前调研发现,华为、腾讯等企业结合自身进行数字化转型的实践经验,用数字技术赋能千行百业数字化转型。拥抱数字化,荣耀、欣旺达等深圳制造业企业插上了“数字翅膀”,提升了企业竞争力。

●本报记者 张兴旺



新华社图片

数字经济发展势头强劲

华为是全球ICT(信息与通信技术)领域领军企业。11月初,在深圳坂田华为总部,中国证券报记者看到,2022华为全联接大会吸引一汽集团、长安汽车等合作伙伴分享数字化转型实践经验。

华为轮值董事长胡厚崑说:“中国完善的数字基础设施、千行百业数字化的迫切需求和丰富的ICT人才储备,正推动行业数字化进入快车道。对于中国大多数企业来说,数字化已经不是一道选择题,而是必答题。”

据胡厚崑介绍,目前华为数字化人才发

展服务已经覆盖企业客户1200多家,累计为企业培养数字化人才近5万人。

深圳另一家数字经济代表企业是腾讯。据腾讯相关负责人介绍,今年1月,深圳市宝安区人民政府与腾讯签署战略合作协议,宝安与腾讯将合力推进数字未来城建设、数字化场景应用建设等,同时推进“腾讯云工业互联网总部基地”落地。在智慧农业领域,腾讯与深农集团携手探索建设“数字菜篮子”。

腾讯大力推进数字经济与实体经济融合发展业务,助力公司业绩企稳。前不久,腾讯发

布的季报显示,2022年第三季度,腾讯实现营业收入1401亿元。其中,金融科技及企业服务业务实现收入448亿元,同比增长4%,成腾讯第一大收入来源。腾讯表示,公司积极助力非互联网行业拥抱数字化转型,特别是过去发展模式偏重线下的行业,其相关收入占比提升。

一些数字经济相关企业前来“落户”,为深圳数字经济发展增添活力。近年来,京东、字节跳动、小米等企业在深圳设立区域总部。去年,中国电子集团总部搬迁至深圳,将推动深圳数字经济再上新台阶。

深圳数字经济产业规模不断扩大,数字经济产业发展势头强劲。近日,深圳市人民政府副秘书长李卓文表示,深圳通过构建以政策、平台、基础设施等多位一体的模式,打造数字经济发展的全生命周期服务体系,2021年数字经济核心产业增加值突破9000亿元。

李卓文表示,在新的历史机遇下,深圳市将大力发展数字经济,加强芯片、工业软件等领域源头创新,加快“互联网+未来科技城”等特色园区建设步伐,推动5G、人工智能、大数据等数字技术与各行各业深度融合。

制造业插上“数字翅膀”

在深圳,传统制造业与数字经济融合发展,让企业发展插上“数字翅膀”。在深圳坪山荣耀智能制造产业园内,从“线头”上料到“线尾”手机下线的组装生产线上,75%的工序由自动化设备完成,生产线实现关键设备数控化率100%,关键设备联网率达95%。

今年2月,荣耀智能制造产业园入选工信部等四部门联合发布的2021年度智能制造示范工厂名单。荣耀供应链管理部总裁宋亦文表示,没有数字化平台,做不到产品质量

的全期跟踪和管理。研究机构IDC数据显示,荣耀手机2022年第三季度在国内市场出货量达1273万部,市场份额为17.8%,排名国内市场第二。

欣旺达是全球消费类锂电池龙头企业,公司已经在传统制造业领域深耕二十余年。在欣旺达位于深圳宝安石岩的自动化生产车间,深圳首条“5G+工业互联网应用”产线投入使用刚满两年。日前,欣旺达董事、副总经理兼财务总监肖光昱对记者表示,数字化转型对公司业务发展如虎添翼,“5G+工业互

联网”产线使用后,相比使用前,该产线综合收益提升17.1%。

欣旺达数字化转型取得成效。肖光昱对记者直言:“过去公司母、子公司、集团公司内系统相互独立,信息孤岛现象比较严重,公司与客户之间的买卖交易、上下游产业链协同联动效果也不好,没有将数据用起来。2017年公司从产供销开始向数字化转型升级,建设工业互联网平台,将公司软件和系统打通整合起来。数据汇集在数据仓库,经过清洗,数据中台再建模分析,提高了公司智能

化水平。”

“依靠数字化转型,能够降本增效,提升了公司产品竞争力。不管是大型企业还是中小企业,应该尽早进行数字化转型。”肖光昱说,在欣旺达工业互联网平台使用稳定之后,平台服务商开始将该平台推广到更多的企业当中去,让更多企业受益。目前,欣旺达上下游产业链上接近4000家企业、欣旺达以外的产业链上约4000家企业,共计8000家左右企业使用该工业互联网平台。

赋能千行百业

过去多年,华为也一直在进行数字化转型的实践,在这个过程中有很多经验,也有教训。为了帮助企业应对数字化发展中的共性挑战,胡厚崑提出了三大举措:“让技术不难选不用难,让企业‘上好云、用好云’,让数字人才供给源源不断,助力千行百业释放数字生产力。”

胡厚崑表示,千行百业数字化转型既是挑战,也是机遇。华为愿与客户和伙伴一起,坚持开放、创新、合作,携手推进数字化进程。

以鸿蒙为例,据胡厚崑介绍,在工业领域,鸿蒙可以发挥万物互联、多设备协同的优势,打造工业领域的人机交互操作系统。

2021年,华为与国家能源集团联合,基于鸿蒙开发了矿鸿操作系统,这是矿山领域首个物联网操作系统。目前,该系统已稳定运行超过一年,让原来跑在十多个操作系统上的上千套设备说“同一种语言”,具备了互相感知、组网、协同工作的基础,推动煤矿智能化的发展迈出了一大步。

面对千行百业数字化转型需求,腾讯持续助力国家电网、三一重工、工业富联等龙头企业进行数字化转型升级。据腾讯相关负责人介绍,腾讯产业互联网已在30多个行业与9000多家合作伙伴打造了超过400个行业解决方案,助力千行百业在各自的赛道上加速发展。

美团第三季度营收 同比增长28.2%

●本报记者 杨洁

11月25日,美团发布2022年第三季度业绩,受益于核心本地商业分部收入稳健增长以及新业务分部收入强劲增长,美团第三季度实现营收626.19亿元,同比增长28.2%,环比增长22.9%;期内利润达12.17亿元,去年同期为亏损99.94亿元;经调整净利润为35.27亿元,去年同期经调整净亏损55.27亿元。

核心业务稳健增长

尽管受到疫情的负面影响,美团2022年第三季度核心本地商业分部业务仍实现稳健增长。三季度,美团即时配送订单数增至50亿笔,包括餐饮外卖、美团闪购及到店酒旅业务在内的核心本地商业分部业务收入同比增长24.6%至463.28亿元,环比增长26%;经营利润同比增长124.6%至93亿元,经营利润率比去年同期提高了8.9个百分点至20.1%。

第三季度,美团餐饮外卖及美团闪购业务的总订单量同比增长16.2%,2022年8月初最高单日订单量超越6000万单。美团平台交易用户数持续稳定增长,且季度消费频率创历史新高。截至三季度末,美团过去十二个月的年交易用户数为6.87亿,同比增长2.9%。除用户数保持增长外,用户在平台上的消费频次也继续提升,交易用户年均交易笔数达39.5笔,同比增长14.8%。

6.87亿

美团平台交易用户数持续稳定增长,且季度消费频率创历史新高。截至三季度末,美团过去十二个月的年交易用户数为6.87亿,同比增长2.9%。

美团表示,第三季度,美团外卖业务更加专注于高质量增长及精细化运营,以更好的使用体验及更高的运营效率服务平台商家。更多早餐、下午茶和宵夜品类的中小商家选择入驻美团,餐饮行业的数字化转型得到进一步加速。

同时,使用数字化技术的即时零售业态,串联起更多本地实体与本地消费者,并通过线上引流曝光、口碑积累,精准匹配消费人群,使得本地的消费增长潜力被进一步激发。第三季度,美团平台上便利店和超市的交易量分别同比增长27.9%和62%,夫妻小店订单量同比增幅高达125%。除此之外,美团闪购也加强了与传统实体零售品牌的合作,并持续建立战略合作伙伴关系。例如,平台上苹果产品的授权经销商覆盖扩展至超过200个城市,iPhone 14发布当日的销量增长强劲;此外,数百家苏宁易购店铺上线平台。在此带动下,本季度美团闪购活跃商家及新入驻商家均同比增长30%。

新业务亏损同比大幅收窄

2022年第三季度,美团新业务分部收入同比增长39.7%至163亿元,环比增速也达到15.1%,主要受商品零售业务的增长推动。经营亏损则由去年三季度100亿元大幅收窄至68亿元,环比今年二季度也实现改善;经营亏损率为41.6%,同比收窄了44.4个百分点,环比也改善了6.4个百分点,主要是由于商品零售业务的经营效率提高。

对于新业务中的社区团购业务,美团表示,已将“美团优选”的品牌定位升级为“明日达超市”,以把握最新消费趋势并向消费者传递更清晰的品牌理念。目前,升级后的品牌已覆盖接近3000个市县。第三季度,美团继续完善该业务的供应链及物流能力,在选品、定价策略、配送效率及供应链管理方面增强核心竞争力,一方面创新试行业领先的智能分拣系统,为消费者带来更佳的配送体验,同时以更低的成本持续提升配送效率;另一方面,持续优化冷链物流并将之应用至更广泛的品类,借助于基础设施改善,农产品对美团的总销售额贡献日益增加。

受益于产品及服务的改善,美团新业务中的“美团买菜”业务在第三季度持续保持同比强劲增长。美团增加了本地及季节性产品的供应,推出了“本地尖货”项目,并与地方政府及产品原产地的农民达成紧密合作。

财报显示,第三季度,美团继续深入推进“零售+科技”战略,研发支出继续保持增长,至54亿元。美团CEO王兴表示,在“零售+科技”的战略指引下,我们坚定了“帮大家吃得更好,生活更好”的使命,未来将继续通过科技创新加快推进生活服务及零售行业的数字化转型。

美团CFO陈少晖表示:“随着数字技术与实体经济深度融合趋势进一步加快,我们更加坚定了科技为行业和社会带来的巨大价值。未来,美团将围绕用户、商家、骑手及上下游合作伙伴来持续加强核心能力建设,努力为行业参与者创造长期价值。”

前脚否认后脚官宣

中天科技分拆核心子公司引关注

●本报记者 于蒙蒙

11月25日,市值近600亿元的中天科技开盘迎来一字跌停,截至收盘,卖盘前五档的封单累积超200万手。消息面上,公司11月24日晚披露,公司董事会授权公司及中天海缆管理层启动分拆中天海缆境内上市的前期筹备工作。值得注意的是,中天科技在11月14日互动易平台称,自海缆分拆项目终止后,公司没有审议过分拆中天海缆上市的事项。

作为核心子公司,中天科技前脚否认后又突然宣布分拆,这一动作引起众多投资者公开质疑。中天科技在11月25日午间紧急补充说明,(分拆事项)是基于投资者通过多个渠道反复询问,公司董秘遂请示公司董事长,继而提请董事会审议,“公司前期在E互动、业绩说明会对投资者提问的回复是对当时业务状态的客观说明,符合实际情况。”

市场反应“意外”

中国证券报记者获悉,在前述筹划分拆的提示性披露后,某券商组织了一场电话会议,中天科技副董事长薛驰和董秘杨云参加,就分拆事项与投资者进行交流。在一个多小时的

会议中,不理解成为多数投资者对于分拆事项的第一反应。

薛驰在电话会上回应称,在中天科技10月披露三季报时点,有众多投资者询问公司是否有中天海缆分拆上市的计划。公司当时并没有对此做出正式讨论,因为这件事是在集团层面决策,上市公司层面并不知晓。薛驰说:“尤其有投资者说通过其他渠道听说要分拆,我们感觉很诧异,也感觉到资本市场的诸多言论干扰了我们。所以对于分拆,近期公司对此做了很严肃的讨论和咨询,我们也在讨论的第一时间就做了提示性公告。”

不过,上述解释并未打消投资者的顾虑。在公告次日,中天科技遭遇跌停。中天科技紧急在11月25日午间发布补充说明公告,详细解释分拆事项来龙去脉,“公司董事会秘书于2022年11月14日下午向董事长汇报投资者关注的热点问题,请示是否将部分重大事项提请董事会决策。董事长同意将筹划分拆海缆上市议案提请最近一次董事会讨论。公司于11月24日以通讯方式召开董事会、监事会,董事会投票表决筹划海缆分拆上市议案,取得通过。公司于当日晚间提交披露了本次董事会决议公告及筹划中天海缆分拆上市的提示性公告。”

业绩占比较高

中天海缆分拆事项之所以引起市场关注,是因为其是中天科技业绩的重要支撑,同时处在高景气度的海上风电板块,是机构配置的主要方向。

资料显示,中天科技主要产品涵盖光通信及网络、电网建设、海洋系列、新能源等。其中,中天海缆主要从事海缆、陆缆的研发、设计、生产和销售业务,为公司海洋产业中重要子公司。业绩层面反映更加直观,2021年和2022年上半年,中天科技营收分别为461.63亿元,200.42亿元,归母净利润分别为1.72亿元、18.24亿元。同期,中天海缆营收分别为106.45亿元、45.94亿元,净利润分别为18.24亿元、5.86亿元。

本次分拆前,中天科技及子公司持有中天海缆4.8亿股,占比89.05%。中天科技称,根据中天海缆募集资金需求,预计中天海缆增发10%~20%股份,被稀释后中天科技及子公司股权比例仍保持70%以上,本次分拆上市不会导致公司丧失对中天海缆的控制权,中天海缆仍为中天科技的并表控股子公司。本次分拆,中天海缆将利用募集资金加大科技创新投入,