

联创电子董事长曾吉勇：

迎自动驾驶风口 加码车载光学领域



联创电子车载镜头及模组生产线

公司供图

“随着汽车高级辅助安全驾驶方案的推陈出新，汽车行业对车载影像传感器的需求大幅增长，公司决定加快发展车载影像传感器项目，快速扩充车载镜头及影像模组产能。”联创电子董事长曾吉勇日前在接受中国证券报记者专访时表示。

● 本报记者 倪铭

聚焦光学赛道

联创电子成立于2006年，以生产触控显示产品起家，后切入手机影像、车载影像、高清广角影像领域。公司战略聚焦光学赛道，持续加大研发投入，优化产品结构。

曾吉勇介绍，在光学产业方面，公司保持高清广角镜头和全景影像模组的行业领先地位，不断提高车载镜头、车载影像模组以及手机镜头和手机影像模组的市场占有率。尤其是在车载光学领域，发展迅猛，2022年前三季度该业务收入同比增长71.8%。

在曾吉勇看来，“随着英伟达、Mobileye、地平线等知名汽车高级辅助安全驾驶方案公司对自动驾驶方案不断地推陈出新，汽车智能化已成为重要产业机会，汽车行业对车载光学镜头及影像模组的需求有望大幅增长。”

基于对市场环境的综合考量，联创电子2022年6月将非公开发行原计划投入“年产2.6亿颗高端手机镜头产业化项目”的募集资金3.88亿元以及该项目监管账户累计收到的利息全部用于“年产2400万颗智能汽车光学镜头及600万颗影像模组产业化项目”（简称“车载光学项目”）。

曾吉勇告诉记者，“车载光学项目总投资额为10.27亿元，建设期为两年，预计第三年达产率为50%，第四年达产率为80%，第五年完全达产。”

坚持自主创新

对于联创电子而言，16年的创业史也是一部坚持自主创新、不断攀登技术高峰的奋斗史。

众所周知，光学行业是一个资金密集且融合光学技术、机械技术和电子技术等诸多先进科技的技术引领型产业。一方面，光学制造行业对自动化精密生产、检测设备的投入要求较大；另一方面，工艺技术和生产管理直接对产品质量和良品率高低，决定企业在市场竞争中的成本优势。

联创电子一直以技术为先导，持续加大研发投入。2022年，公司新增专利授权203项，其中发明专利159项。

据介绍，目前公司建立了光学院士工作站，依托联创电子在光学镜头、影像模组的产业基础，以及清华大学、四川大学深厚的光学工程学术积淀，整合凝聚国内外顶尖研发人才开展光学前沿课题的应用研究。公司拥有国家企业技术中心、江西省博士后创新实践基地、江西省省级工程技术研究中心等各类研发平台。

曾吉勇表示，“公司正在加码车载光学、AR/VR、高清广角项目的研发费用。公司很多研发费用是在为未来3-5年的产品打基础，车载光学产品一旦定点成功，基本可以保证5-8年的稳定供货，但前期的投入是必不可少的。”财报显示，2022年前三季度公司研发费用达3.03亿元，同比增长92.55%。

市场前景广阔

近年来，智能汽车势头强劲，伴随着辅助驾驶升级换代，单车摄像头用量节节攀升。根据前瞻产业研究院统计，2020年我国车载摄像头出货4263万颗，市场规模为64亿元，预计2025年将达到千亿级的市场规模。

广阔的发展前景引来众多赛道竞争者，而联创电子在车载光学领域具有明显的先发优势。公司已与全球知名汽车高级辅助安全驾驶方案龙头公司建立了良好的战略合作关系；与国际知名的新能源汽车厂商在车载光学的合作也确保了联创电子在车载镜头领域的行业领先地位。

曾吉勇表示，联创电子合肥车载光

学产业园正在加速建设，快速扩充车载镜头和影像模组产能，有望快速扩大车载镜头在国外知名汽车电子厂商的市场占有率。

利好政策频出也为市场带来稳定的预期。2022年11月2日，工信部会同公安部组织起草了《关于开展智能网联汽车准入和上路通行试点工作的通知（征求意见稿）》，在全国智能网联汽车道路测试与示范应用工作基础上，工信部、公安部遴选符合条件的道路机动车辆生产企业和具备量产条件的搭载自动驾驶功能的智能网联汽车产品，开展准入试点；对通过准入试点的智能网联汽车产品，在试点城市的限定公共道路区域内开展上路通行试点。

华鑫证券认为，随着5G及AI技术的成熟与渗透，以及新能源汽车、汽车电动化渗透率的提高，智能化硬件的加速发展必将带来汽车零部件的增量需求。由于汽车智能驾驶辅助技术的快速发展、ADAS功能升级与造车新势力的崛起，不断提升市场对车载摄像头及其他车载光学器件的需求，单车的车载摄像头无论是搭载数量还是摄像头规格均不断提高。根据前瞻产业研究院的预计，2025年全球车载摄像头出货量将达约7.24亿颗。

电影春节档票房有望突破85亿元

● 本报记者 于蒙蒙

今年电影春节档将精彩纷呈，目前共有7部影片定档大年初一上映，包括《流浪地球2》《满江红》《无名》等。影片类型多元，包含科幻、喜剧、动画等。大片上映在即，观众已被吊足胃口。灯塔专业版数据显示，截至1月13日，今年春节档7部影片累计想看人数接近300万。机构预计，今年春节档整体票房有望突破85.7亿元。

题材丰富

具体来看，春节档影片题材较为丰富，包括科幻片《流浪地球2》、悬疑片《满江红》、喜剧片《交换人生》、谍战片《无名》、动画片《深海》《熊出没·伴我“熊芯”》等，同时，演员阵容和视觉效果颇具亮点。

在内容供给改善的背景下，观影人群方面出现较大变化。2021年和2022年春节，受疫情影响，一二线城市人群多选择“就地过年”，而今年春节期间伴随防疫政策优化，返乡人群有望增加。交通运输部预计，今年春运期间客流总量约为20.95亿人次，较2022年同期增长99.5%，恢复到2019年同期的70.3%。

返乡人群将有效带动观影需求，并推动渠道下沉趋势延续。灯塔版数据分析师陈晋告诉中国证券报记者，过去两个春节档四线城市的票房占比分别为25%、26%，预计今年四线城市的票房占比将进一步增加。

对于整体票房预期，中金公司认为，今年春节档内容供给丰富，较多影片具备票房潜力，但疫情对观影需求的影响和影片上映后口碑表现亦存在不确定性，观影人次存在较大弹性。在保守、中性、乐观情形下，预测今年春节档含服务费票房分别为45.9亿元、65亿元、85.7亿元。

竞争激烈

七部大片角逐春节档，谁更被观众青睐？《流浪地球2》无疑是春节档的大热门，其前作《流浪地球》票房达46.86亿元，为2019年春节档票房冠军。前作的口碑、观众熟知的主创阵容，较早的定档时间均为该片票房打下了基础。灯塔专业版数据显示，该片想看人数为94.7万，位列档期第一。从映前票房预期来看，多家机构认为《流浪地球2》整体票房有望突破30亿元。

《满江红》众星云集，同时片方加强了宣发动作，票房预期一路走高。1月11日，《满江红》在京组织了试映会，口碑反响热烈。有业内人士直言，《满江红》冲击票房冠军不是没有可能性。灯塔专业版数据显示，《满江红》映前票房预期区间为18亿元-30亿元。有4家媒体机构上调了预期，其中最大上调幅度高达10亿元。

《深海》被广泛看好。主创团队开创性研发了“粒子水墨动画”，实现中国水墨画与三维技术的结合，打造出五彩斑斓、美轮美奂的国风3D效果。该片在淘票票上想看人数超20万。

《无名》的预告片收获了不错的市场口碑，该片在淘票票上想看人数近70万。在春节返乡的背景下，喜剧片《交换人生》以及亲子动画片《熊出没·伴我“熊芯”》有望受益于观影场景的变化。

对于今年春节档的票房格局，结合目前市场预期来看，《流浪地球2》《满江红》位居第一梯队，《交换人生》《深海》《无名》位居第二梯队，其余影片暂居第三梯队。拓普数据认为，结合市场大盘体量、影片题材类型及内容，预计今年春节档将有4部影片票房达到10亿元以上，票房集中度较往年有所下降。

市场向好

春节档的到来，让沉寂许久的电影市场重新忙碌起来。灯塔专业版营业地图显示，全国营业影院已连续半个月超1万家，预计春节档将进一步攀升，营业率快速恢复给春节档大盘复苏提供了保障。

作为春节档影片的出品方，各家上市公司的参与程度受到市场关注。冲击春节档票房冠军“种子选手”《流浪地球2》联合出品方囊括了影视行业众多头部公司，包括猫眼娱乐、阿里影业、万达电影、华策影视、华谊兄弟、横店影视。

《满江红》主控出品方为欢喜传媒，出品方还包括猫眼娱乐、光线传媒。《深海》《无名》的主控出品方分别为光线传媒和博纳影业。

院线龙头万达电影参投了多部影片，其在春节档的受益度被市场看好。公司近期通过互动易平台介绍，公司将全力做好营销工作，保障服务品质，提升观影体验，吸引人流，拉动票房增长。



北京西城区某影院已布置春节档相关海报。

本报记者 于蒙蒙

北京租房市场调研：

房源充裕 成交量整体较少

● 本报记者 董添

“马上就要过年了，目前北京地区租房市场房源充裕，但成交量整体较少，近期成交的基本都是到期换租人群。”多位中介人士近日告诉中国证券报记者。

进入季节性淡季

中国证券报记者近日调研北京地区租房市场了解到，伴随成交量下滑，租房价格出现松动。

“相比2022年高点，3000元/月以内

的房子租金普遍下降200元/月至300元/月，具体要看片区位置、房源量等因素。从整体上看，租金降幅约10%。”在北京从事租房业务已有5年多的中介人员王丽丽对中国证券报记者表示，目前租房市场进入季节性淡季，需求整体比较清淡。同时，部分春节返乡租客暂时退出租房市场。春节过后，预计租房需求会有明显提振。

“最近没有太多人租房，价格比较好谈，但价格松动是在一定范围内。春节假期之后，进城务工的租房需求会提升。”西城区一家中介机构相关负责人对中国证券报记者表示。

住房租赁市场发展迅速

机构发布的数据显示，2022年部分头部中介在北京区域的租房成交量有所下滑。

2022年，我爱我家北京区域住房租赁市场交易量相比2021年下降3%，但比2020年增长超一成。

2022年，北京链家住房租赁成交量略低于2021年。从租金方面看，2022年北京链家普通租赁住房单位租金同比小幅上涨，目前已超疫情前水平。

“成交量下降主要是受疫情影响，部

AITO问界部分车型降价

● 本报记者 张兴旺

1月13日，华为智选车AITO问界宣布降价，部分车型优惠约3万元。其中，问界M5 EV版调整后售价为25.98万元起，问界M7调整后售价为28.98万元起。

产品降价

1月13日，华为智选车AITO问界宣布，自1月13日8时30分开始，AITO问界将迎来新价格，问界M5 EV版调整后售价为25.98万元起，问界M7调整后售价为28.98万元起。中国证券报记者注意到，问界M5 EV版原售价28.86万元起，本次降价2.88万元，问界M7原起售价为31.98万元，

本次降价3万元。

1月13日，华为常务董事、终端业务CEO、智能汽车解决方案事业部CEO余承东称：“为答谢广大用户，AITO问界系列带来新年感恩回馈活动，问界M5 EV版及问界M7的首任车主将享受总价值3.3万元-3.5万元的权益，同时问界M5可享受两年的基础保养权益。”

针对2023年1月13日8时30分前已提车车主，华为智选车AITO问界将推出新年感恩回馈活动，问界M5 EV版及问界M7的首任车主将享受总价值3.3万元-3.5万元的权益，同时问界M5可享受两年的基础保养权益。

AITO是华为联合赛力斯设计的智选车品牌，问界M5、M7是其主打车型。2022年12月，问界系列交付量达到10143辆，单月交付量突破万辆。

据乘联会1月11日公布的数据，2022年问界M5累计销量为56855辆。

自2022年3月正式交付以来，问界系列已经累计交付超过7.5万辆。

扩大“朋友圈”

华为多次公开表示，华为不造车，要帮助车企造好车、卖好车。华为主要通过三种模式与车企开展合作，一是传统Tier1供应商（车厂一级供应商）模式，目前参与该模式的车企包括比亚迪、吉利等；二是华为Inside模式，代表品牌包括北汽极狐、长安阿维塔和广汽埃安；三是华为智选车模式，主要合作车型包括赛力斯问界M5、问界M7等。

中金公司认为，问界M5、M7两款车

型均体现了华为在汽车设计上的能力，包括华为智能音响系统、无重力座椅等。在汽车智能化电动化的变革中，产业链优秀公司有望实现业务持续高成长。当前，华为在汽车领域的创新，有望带动产业链向更具竞争力的方向发展。

在华为2023年新年致辞中，华为轮值董事长徐直军表示，2023年，华为智能汽车部件业务将聚焦关键增量部件，实现商用规模上量。这意味着，华为要通过与合作伙伴，卖更多的车。值得注意的是，2022年12月，宁德时代与华为终端有限公司签署合作备忘录，双方将就华为智选车项目展开积极探讨。华为终端有限公司将推荐宁德时代作为华为智选车合作伙伴汽车动力电池的第一优选合作伙伴。