

拱北口岸进境免税店完成改造焕然一新

# 珠海免税打造标杆 激发口岸消费活力

春暖口岸，潮涌湾区。5月24日，珠海免税旗下的拱北口岸进境免税店完成升级改造，开门迎客。“拱北口岸进境免税店将从一个口岸‘过境店’，打造成为旅游消费的‘目标店’，为‘体量最大’的标签，增添‘经营最领先’的名号，真正起到引领口岸免税店转型升级、促进免税经济蓬勃发展的作用。”珠海免税总经理陈辉在接受中国证券报记者采访时表示。

拱北口岸进境免税店坐落于全国通关流量最大的陆路口岸——拱北口岸，是亚太地区单体面积最大的陆路口岸免税店，也是珠海免税全面融入粤港澳大湾区战略发展的重点商业项目之一。分析人士表示，珠海免税拱北口岸进境免税店位于珠澳两地交汇中心点，具备得天独厚的区位优势，是粤港澳大湾区免税经济的重要标杆，其改造升级将有利于珠海市乃至粤港澳大湾区内景区、酒店、旅行社、百货导流，形成多元、完整的消费场景，助力粤港澳大湾区打造旅游消费“新名片”。

●本报记者 黄灵灵



▲珠海拱北口岸

▲拱北口岸进境免税店试营业现场

公司供图

## 改造效果立竿见影

始建于上世纪80年代初的珠海免税，是国内首批获得国务院批准并较早开展免税商品经营业务的国有独资企业，业务涵盖免税、有税、保税（跨境）三大范畴，覆盖珠海、香港、澳门、海南、广西、内蒙古等地区。

经历40余年创业奋斗与锐意改革，珠海免税紧扣特区经济发展大局，深耕口岸免税业务，紧密连接粤港澳大湾区、海南自贸港等重要市场，已成为全国优秀旅游零售运营商、东南地区口岸免税行业龙头企业。

2020年，拱北口岸迎改造升级，珠海免税同步启动对拱北口岸进出境免税店的焕新建设。升级改造后，免税店经营面积达3889平方米。珠海免税总经理助理潘明明介绍，此次免税店改造的“主线逻辑”是推动口岸免税购物与国际接轨，原拱北进境免税店销售品类以烟酒为主，现香化比例得到极大提升。

数据显示，免税香水化妆品、时尚精品、腕表首饰总销售额约占全球免税业总销售额的75%，免税烟酒、电子产品、食品品类总销售额约占全球免税业销售额的25%。

改造后高端香化经营区域约占一层面面积的70%，成功吸引了全球超过100个国际高端香化品牌进驻，陆路口岸首进品牌比例超过50%。同时，香化类产品供应

商覆盖了雅诗兰黛、欧莱雅、资生堂等全球领先及知名香化品牌集团。“这极大提升了口岸免税消费的吸引力，将进一步助力释放内需潜力，吸引境外消费回流。”潘明明说。

焕新改造效果立竿见影。自5月16日试营业后，拱北口岸进境免税店销售额环比增长约20%，客单价环比提升约10%，特别是香化和精品类销售额环比增长近3倍。

“拱北口岸进境免税店不仅是我们的‘起源之地’和‘立足之地’，更是面向未来高质量发展的‘发力之地’。我们致力于把拱北口岸进境免税店打造为粤港澳大湾区最佳旅游消费目的地和展示大湾区商贸活力的示范标杆项目。”陈辉表示。

## 推动免税消费提质增效

消费是拉动经济增长的“三驾马车”之一，在经济循环中发挥着重要的牵引带动作用。数据显示，2023年一季度珠海免税店免税品销售额同比大涨，其中2月销售额同比增长112%、香化类销售额同比增长246%。

在“扩内需、促消费”的大背景下，拱北口岸进境免税店改造升级俨然成为免税企业践行高质量发展的风向标。

潘明明表示，拱北口岸进境免税店是做大做强珠海免税的核心力量和基础支撑，未来珠海免税将持续推进拱北口岸免税店升级，推动免税消费提质增效。

在数字化建设方面，拱北口岸进境免

税店将从敏捷灵活的店面运营、数字智能化的业务模式和获得赋能的员工三个方面，融合人工智能、物联网、大数据等先进技术，助力品牌和门店建立起和用户的深度链接软硬件一体化解决方案，帮助零售商户店数字化智能化转型。

同时，大力挖掘“她”经济。“拱北口岸进境免税店将深挖‘悦己’需求内涵，未来将通过有趣或者融入中国特色的活动给消费者直观的视觉冲击，提供个性化服务，优化购物体验，不定期与合适品牌进行联名合作，推出更符合女性消费者审美和时尚需求的产品，有助于增强产品的吸引力。”潘明明说。

“免税产业的壮大，不仅可以使消费回流，还可以扶持本国企业的发展。”潘明明说，今后拱北口岸进境免税店将筹划设立一定面积的国产商品销售区，与相关企业沟通，尽力开发专供免税渠道的优质特色国产商品，将免税店打造成为扶持国货精品、展示自主品牌、传播民族文化的重要平台。

## 打开高质量发展新空间

珠海是全国唯一与港澳陆桥相连的城市，拥有拱北口岸、港珠澳大桥珠海公路口岸、横琴口岸等重要通关口岸，具备发展免税消费产业的先天优势。

珠海免税依托地域优势，经过多年深耕，在港珠澳大桥珠海、珠澳口岸布局多家免税店，占据港珠澳三地出入境口岸核心

窗口，打造出独具特色的核心竞争力。

值得注意的是，深耕免税业务40余年的珠海免税仍在不断优化资源配置。为积极响应珠海市新一轮国企改革提速加力的政策目标，激发企业经营活力、发展动力和市场竞争能力，今年3月22日，格力地产公布重大资产重组草案，拟以89.78亿元收购珠海免税100%股权。

若重组顺利完成，珠海免税有望借助上市公司平台，引入资本“活水”，进一步提升市场竞争力和可持续发展能力，打开高质量发展新空间，格力地产也有望迎来估值重塑。

除夯实珠海本地地域优势外，珠海免税还通过与格力地产联合，布局海南，通过扩大业务版图筑牢“护城河”。2020年9月，格力地产竞得三亚中央商务区凤凰海岸单元地块，用于建设三亚联合中央商务区项目，定位为高端滨海商业中心及商务办公区。

潘明明表示，随着海南离岛免税政策红利不断释放，珠海免税未来有望以三亚联合项目为战略支点，拓展离岛免税业务，实现“免税+高端零售”的进一步融合，形成在旅游消费行业的全领域优势，推动“大消费”主业做大做强。

面向未来，潘明明表示，珠海免税将从长远角度和战略高度，把握中国旅游发展新趋势，充分发挥经营品类全、网络布局广、运营管理能力强等资源优势，着力打造海南自贸港与粤港澳大湾区合作交流的示范标杆，为旅游及消费复苏增添新活力。

## 小米集团 一季度毛利率创新高

●本报记者 杨洁

5月24日晚，小米集团发布的财报显示，2023年一季度，小米集团实现总收入594.77亿元，同比下滑18.9%，环比下滑9.9%；毛利率同比提升了2.2个百分点至19.5%，创历史新高；经调整净利润为32.33亿元，同比上涨13.1%，环比上涨121.3%。

## 库存稳步下降

2023年小米集团整体经营从规模扩张转向提质增效。一季度，小米集团整体毛利率提升至19.5%，同比提升了2.2个百分点，创历史新高；费用规模下降至94亿元，同比降低6.4%。

财报显示，截至2023年一季度末，小米整体存货金额为426亿元，同比下降超24%，环比下降超15%，实现连续三个季度下降，为近九个季度以来最低水平。

小米集团合伙人、总裁卢伟冰在业绩电话会上表示，小米集团在境内外自有渠道库存均实现稳步下降，已基本解决掉库存的问题。

由于一季度加强清理库存的力度，小米集团智能手机的平均销售价格（ASP）由2022年第一季度的每部人民币1188.5元下降3.1%至2023年第一季度的每部人民币1151.6元，叠加智能手机整体出货量下滑，导致2023年一季度小米集团智能手机业务收入同比下降23.6%至350亿元。

小米集团智能手机高端化战略有效推进。小米集团中国大陆地区高端智能手机（定价人民币3000元及以上机型）出货量在整体智能手机出货量的占比同比增加4个百分点。据第三方数据，小米智能手机在中国大陆地区人民币4000元—5000元价位段销量排名安卓第一，市占率同比提升至24.1%。小米集团中国大陆地区智能手机ASP同比涨超18%，创单季度历史新高。

受益于高端化战略推进、产品组合改善以及核心零部件（如存储器和显示屏）价格下降，虽然2023年一季度小米集团智能手机业务收入下滑，但毛利率仍获得改善，为11.2%，环比提升3.1个百分点，同比提升1.3个百分点。

## AIoT平台连接数突破6亿

小米集团财报披露，截至2023年3月31日，小米AIoT平台连接的IoT设备（不包括智能手机、平板及笔记本电脑）数同比增长29.2%达6.18亿；拥有5件及以上连接至小米AIoT平台的设备（不包括智能手机、平板及笔记本电脑）用户数同比增长29.6%达1230万。

2023年一季度，小米集团的IoT与生活消费业务收入为168亿元，同比下降13.6%，毛利率达15.7%。在IoT相关产品中，一季度小米集团智能大家电品类（包括空调、冰箱、洗衣机）收入同比增长超60%。其中，小米空调出货量同比增长超60%，小米冰箱出货量同比增长超200%，小米洗衣机出货量超25万台。

2023年3月，米家APP月活用户数达7810万，同比增长18.8%；全球与中国大陆MIUI月活用户数分别增长至5.95亿和1.46亿，用户活力持续释放。截至5月21日，小米MIUI全球月活用户已经突破6亿。

2023年一季度，小米集团互联网服务业务收入达70亿元，同比下降1.2%，毛利率提升至72.3%。其中，通过扩大曝光、提升转化率等方式，小米游戏业务逆势上涨，收入同比增长16.3%，达13亿元，实现连续七个季度的同比提升。受益于境外互联网用户数持续增长，小米集团境外互联网服务收入由2022年第一季度的16亿元增长16.4%至2023年第一季度的18亿元。

依托锻造技术优势

# 三联锻造把握节能与新能源汽车发展新机遇

●本报记者 王辉

5月24日，三联锻造A股股票在深交所主板上市交易，上市仪式活动通过中国证券报·中证网直播。公司本次共公开发行2838万股，发行价格为27.93元/股，募集资金约7.93亿元。截至收盘，三联锻造收报30.15元/股，上涨7.95%，最新总市值为34.18亿元。

公司表示，未来将秉承“规模化、高端化”的发展目标，以锻造类汽车零部件为核心业务，以技术研发和产品创新为驱动力，依托锻造技术优势，积极开发布局锻造零部件在新能源汽车中的应用，参与知名整车厂新能源汽车平台的锻造零部件开发，牢牢把握节能与新能源汽车扩大锻件应用范围带来的发展机遇，开启资本市场新征程。

## 获众多国际客户高度认可

招股说明书显示，公司主要从事汽车锻造零部件的研发、生产和销售。公司产品为汽车锻造零部件，应用于对零部件机械性能和安全性要求较高的汽车动力系统、传动系统、转向系统以及悬挂支撑等系统。目前，公司主要客户为舍弗勒、采埃孚、麦格纳、博世、利纳马等均为2022年全球汽车零部件供应商百强榜上榜企业，其中博世、采埃孚和麦格纳位列前五名。公司高压共轨产品作为国家火炬计划产业化示范项目，被评为高新技术产品及安徽工业精品，并已成为博世高压共轨产品的主要供应商。



三联锻造上市仪式

公司供图

整体来看，公司业务模式成熟，经过多年深耕已积累了深厚的技术经验，形成了良好的市场口碑，在生产能力、产品种类、产品质量等方面得到了采埃孚、舍弗勒等国际知名汽车零部件集团的广泛认可。同时，公司持续专注于锻造技术与工艺的研究与开发，产品广泛应用于全球高端汽车品牌，具备了较高的市场知名度和行业认可度。在整车产品方面，公司产品已广泛应用于奔驰、宝马、奥迪、路虎、大众、特斯拉、比亚迪、本田、上汽、一汽、北汽、广汽、小鹏、理想和蔚来等国内外知名车企生产的多种车型。

## 业绩实现较快增长

三联锻造董事长、总经理孙国奉5月24日在上市仪式上表示，三联锻造成功登陆国内A股市场，对于公司而言，是一个非常重要的里程碑，也意味着一段新征程的开启。未来，公司将秉承“规模化、高端化”的发展目标，以锻造类汽车零部件为核心业务，以技术研发和产品创新为驱动力，打造汽车零部件国际品牌，为客户、股东、员工和社会创造更大的价值。同时，诚实守信，规范

运作，严格履行上市公司的信息披露义务，以持续健康的发展业绩回报广大投资者和社会各界的支持。

招股说明书显示，2020年—2022年，公司营业收入分别为6.18亿元、9.29亿元和10.50亿元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为6481.55万元、6676.15万元和8391.81万元。整体来看，近年来，三联锻造经营稳定，业绩持续较快增长。

三联锻造自成立以来，承担了国家科技部、安徽省科技厅等部门的多项研究开发工作，在科技创新、新技术研发等方面也具有较强竞争优势。截至2022年12月31日，三联锻造取得了1项境外发明专利，累计取得114项境内专利。公司被认定为国家级专精特新“小巨人”企业、安徽省“专精特新”中小企业、安徽省企业技术中心、2022年度院美品牌示范企业等。

在募投项目方面，公司表示，此次上市募集资金将运用于精密锻造生产线技改及机加工配套建设项目、高性能锻件生产线（50MN）产能扩建项目、研发中心建设项目以及补充流动资金，拟使用募集资金分别为23111.87万元、6091.95万元、6264.36万元、8000.00万元。

三联锻造表示，随着相关技术的不断提高，节能与新能源汽车呈现加速普及的发展态势。公司依托自身锻造技术优势，在铝合金锻件、空心锻件方面具有充分的技术储备，并参与多家知名整车厂组织的新能源汽车平台的开发，将牢牢把握节能与新能源汽车扩大锻件应用范围带来的发展机遇。

# 426亿元

截至2023年一季度末，小米整体存货金额为426亿元，同比下降超24%，环比下降超15%，实现连续三个季度下降，为近九个季度以来最低水平。

## 全年研发投入预计超200亿元

财报显示，2023年4月，小米集团正式组建AI实验室大模型团队。目前小米AI领域相关研发人员超1200人，未来小米将不断挖掘AI相关的用户场景，发挥技术优势，并以开放的态度与合作伙伴开拓更多机会。

卢伟冰强调，小米会积极拥抱大模型技术，但小米不会像OpenAI那样去做通用大模型，而是寻求大模型与自身业务的深度协同，例如与小爱同学、MIUI、机器人等业务相结合，同时也不断提升集团的内部工作效率。

关于AI大模型，小米集团副总裁、首席财务官林世伟在业绩电话会上透露，“已经把业内大模型团队都过了一遍”，小米会采用惯用的“打法”，也就是战略投资等方式，来实现AI大模型方面的生态合作。

小米集团一季度持续加大研发投入，研发支出同比增长17.7%达41亿元。其中，智能电动汽车等创新业务费用为11亿元。小米集团预计2023年总研发投入将超200亿元。对于汽车业务进展，卢伟冰表示，今年小米汽车在进展上将符合甚至略超预期，后续将按计划进行夏测和冬测，明年上半年会如期与大家见面。

近期国内手机厂商OPPO关停了自研芯片业务，引发业内关注。对此，卢伟冰表示，小米自研芯片的目的是为了提升终端产品的竞争力和用户体验，小米自研芯片的投入决心不会动摇，也充分认识到芯片投入的难度、长期性、复杂性，不能以百米跑的方式跑马拉松，而要尊重芯片行业的发展规律，打持久战，做长期奋斗10年、20年的准备。