

德联集团发力新能源汽车配套

证券时报记者 李映泉

德联集团(002666)是国内汽车精细化学品的龙头,主要为各大汽车整车厂提供产品配套服务。如今,国内汽车产业正发生着结构性的变化,传统汽车结束了高速增长的趋势,但新能源汽车依旧高歌猛进,被业内纷纷视为转型的方向。

这一背景下,德联集团正处于深刻的转型过程中,一方面是积极发力新能源汽车相关产品;另一方面则是切入2C市场,增强汽车后市场的服务能力。近日,德联集团董事长刘直做客证券时报·e公司微访谈,向投资者描述了未来的发展图景。

发力新能源汽车配套

1984年创立的德联集团,在过去30多年的发展中,已经成为汽车行业无人不知的汽车精细化学品领军企业。以汽车前装市场产品防涂液为例,公司在国内超过2000家企业中占率第一,占据超过20%的市场份额。

但随着传统燃油车高增长长期的结束,作为上游配套企业的德联集团也必然面临挑战。不过在刘直看来,公司并没有那么悲观,其中的一大关键就在于公司已经抓住了新能源汽车崛起带来的机会。据他介绍,公司很早就

在品方面做了大量研发储备,目前已经推出专用于新能源汽车的防冻液、制动液以及胶类产品。在市场开拓方面,公司目前已经与24个新能源汽车品牌建立了合作,其中就包括特斯拉、广汽新能源、比亚迪、小鹏、蔚来等知名品牌。另外公司还是特斯拉的所有油液品的整包商,对方也是看重公司的产品在国际上取得的完善的认证。未来,随着特斯拉在上海建厂的推进,我们也会积极争取进一步的合作。”刘直说,我们认为未来公司业绩的增长点,将大概率出现在新能源汽车上。”

刘直告诉记者,由于新能源汽车内部导入了大量电气元件,对热管理系统提出更高的要求,因此对防冻液等产品在需求量上会比传统燃油车更大。公司与德国巴斯夫合作开发的防冻液产品,目前来看,在新能源汽车上的需求量可以达到传统汽车的数倍。”

加码汽车后市场布局

行业变局之下,德联集团一方面紧抓新能源汽车崛起这一2B市场的新机遇;另一方面,也以行业整合者的姿态切入广阔的汽车后市场,即直接与车主建立关系的2C市场。

汽车后市场是公司战略定位很高的一个业务板块。我们之前所做的汽车精细化学品,大多服务于新车市

场,即增量市场;但随着未来增量的减少,我们势必考虑在存量市场获得一块蛋糕。”刘直说,汽车后市场就是这样一块存量市场,目前中国已经有超过2.4亿机动车保有量,并且未来二手车的交易将会越来越频繁,这个市场就是我们未来突破行业天花板的一个方向。目前,我们正在大力铺渠道、做品牌,将服务下沉,逐渐打开增长的空间。”从产能上来看,公司旗下的青岛德联项目已经接近完工,这一项目的建成,不仅仅是产能上的扩充和覆盖现有客户,也是在产能排产上的一个优化措施。

刘直指出,公司过去做主机厂(OEM)业务时,产品一般是外包装、低频率的规格;而后市场车护(CO)产品,则属于小包装、高频率的规格,因此在产品排产和协调上存在一些障碍。我们青岛项目在设计阶段,就倾向于后市场车护方面的需求,在排产上会做一些优化,匹配度会更高。在市场上我们并不担心,目前公司并不愁订单,预计青岛德联明年有望带来2个亿的营收增量,也将提升我们的毛利率水平。”

不仅如此,德联集团还不排除通过并购的方式,增强后市场的内功。刘直指出:由于目前的整个后市场产业都相对偏传统,有好几千家企业参与竞争,我们首先考虑的就是如何增强客户的粘性。现在我们主要是通过产品、供应链层面来建立连接,未来则希望积极寻求在服务层面的突破,因此会通过内生和外延的方式积极布点,健全整个网络,打出品牌。”

面对近年来的A股市场的整体



位于佛山的德联集团总部

官兵/制图

低迷,德联集团在二级市场上也出现了一些调整。但刘直的态度却非常乐观。今年7月,公司披露了部分高管的增持计划,刘直也以真金白银增持了公司股票,亲身践行了对公司未来发展的看好。德联过去的发展一直是相对稳健的,没有过大规模的商誉减值的情况,手中也还握有不少的资金储备。在去杠杆、环保趋严等大背景下,不少标的企业都出现了大幅的估值下滑,这也为公司提供了良好的“抄底”机遇。我相信,经过这轮泡沫的洗礼,已经有许多靠谱的机会浮出水面。而我们看中的是垂直布局的机会,把钱用在刀刃上,进一步强化自身在核心业务上的实力。其中例如汽车后市场、新能源汽车产品领域,都是我们积极关注的方向。”刘直表示。

何在军工领域切入更深?未来公司对军工领域的战略布局是如何考虑的?

特发信息董事长蒋勤俭:特发信息切入军工电子领域是经过认真考虑的,不是单纯考虑短期业绩和市值管理。特发信息先后收购了成都傅立叶和神州飞航,目的是为了打造军工信息化产业平台,两家公司已经就业务、技术、市场开展协同合作,双方技术互补性强,应该能达到1+1大于2的效果。这两家公司本质上都是软件公司,未来特发信息将继续着手并购军工电子和军工信息化领域的优质标的,未来侧重关注与成都傅立叶和神州飞航有配套关系的微波及射频前端硬件公司,使公司军工业务与设备配套向系统设备提升,向系统设备乃至独立作战系统提升,打造业内具有一定地位的地方国资军工信息化平台。

要言回放

根据公开数据,国内现有光纤渗透已达82%,大幅超过宽带中国目标,机构对光纤光缆景气度从乐观转为谨慎,公司如何看待未来光纤需求?

特发信息董事长蒋勤俭:未来5G时代对光纤光缆的需求肯定会增加,但目前光纤光缆行业处于转换的空档期,预计2018年-2019年仍将处于阶段性的低潮,但需求下滑是短暂的。按照国务院的要求5G要在2020年实现商用,或者是试点范围内实现商用。大规模商用的时间应该还会靠后。目前我国的4G网络才刚刚铺设完成,投资成本还未收回,如果现在大规模建设5G,会产生高昂的费用,5G虽然速度将会加快,消费者体验会更好,但是消费者还需要一个适应的过程,加之5G的收费标准尚不确定,运营商是大规模建设或是分步建设,实施战略也还未清晰。

光通信和军工跨度巨大,公司如



特发信息: 光纤光缆在转换空档期

时间:11月20日
嘉宾:特发信息董事长蒋勤俭

未来5G密集组网连接以及物联网流量激增的趋势势不可挡,公司在光纤光缆业务上做好迎接5G的准备了吗?

特发信息董事长蒋勤俭:未来5G投入会带来光纤光缆产品新的需求,基站投入相应也会增加,相关的产品市场需求量都会增大。整个行业都在期待5G商用,现在各大运营商都在积极地进行试验,但是5G何时开始大规模建设,目前还没有明确的时间表。特发信息作为以光纤光缆为主业的企业,在产业布局以及产能方面都做了一些准备。

从产能上讲,光缆目前有2000万芯

公里的产能,但是光纤现有产能只有1200万芯公里,公司正在东莞寮步实施的光纤扩产项目,预计明年一季度投产,届时光纤光缆产能就能匹配起来。

公司与长飞光纤光缆成立合资公司生产预制棒,其中公司出资1.05亿元,占合资公司注册资本的35%。合资公司将逐步形成年产600吨预制棒的产能,合资公司的产品将优先满足特发信息生产需要,有利于缓解公司光棒供应瓶颈问题。至此,公司在产业链上,棒、纤、缆齐全。未来光纤光缆板块从棒到纤到缆,产能基本匹配。

另外,公司控股子公司光网科技公司,主要生产最后一公里的接入缆、室内光缆及连接器件,契合未来5G建设对连接器件产品的较大需求。为迎接5G时代的到来,公司积极布局光模块产业,目前已经实现第一单销售。公司正在积极进行项目研发和技术引进,努力向上游光芯片产业延展。

梦网集团副总裁文力: 引入人工智能 备战物联网通信时代

证券时报记者 阮润生

作为A股企业云通信服务商,梦网集团目前运营着中国最大的B2C企业通信云平台。日前梦网集团(002123)副总裁文力在接受证券时报·e公司采访时介绍,面向5G网络时代,公司在进一步布局大型富媒体及物联网云通信平台,将引入AI、大数据、区块链等技术为企业通信赋能。

富媒体通信

在文力看来,通信业务发展分为四个主要阶段:从1990年到2000年属于通信第一阶段,主要是基于硬件产品,代表公司如华为、思科、爱立信等;2000年至2015年属于融合通信时代,通过计算机的软件控制实现数据自由分发;2015年到2025年属于通信3.0阶段,伴随着智能手机出现大量App和各类云应用;下一阶段将迎来通信4.0阶段,即AI+物联网的通信时代,更多朝着人工智能发展,真正实现无界沟通。

当前梦网集团主营的企业通信云平台属于IM云的初级解决方案,是IM

云的1.0时代。文力表示,像微信、滴滴这些都是公司传统的短业务客户,这部分是公司目前规模最大、最成熟的业务;随着5G将在明年进入商用阶段,公司战略规划正在从基于简单文字的通信模式走向富媒体通信模式。

据介绍,富媒体信息不需要受众安装任何插件就可以实现播放整合视频、音频、动画图像、双向信息通信和用户交互功能,是新一代云通信解决方案,帮助企业云通信平台提供更丰富和多感官的接触机会,提升用户体验。今年10月梦网集团发布了梦网富通信1.0产品,相对传统的文字短信,增加了图片、视频、音频、二维码等丰富的媒体信息,也有望保持更高的利润水平。

文力介绍,梦网集团还推出了视频云,是专门为5G及下一代互联网需求打造的实时通信平台。只需要客户开放App接口,就能对接实现视频通信功能,而且存储占用小。在这方面,梦网集团积累了行业领先的编解码技术,能保障视频的清晰度、安全度,性价比比市面同类服务产品更高。

另外,梦网集团还发力物联网通

信云。基于运营商网络,物联网是基于以物为终端的实时通信平台,从而在企业系统、设备与客户之间形成连接能力,将感知、连接、平台和应用程序融为一体,医疗、教育、消防、家庭智能系统都可并入物联网的移动终端。

持续赋能企业通信

在未来布局云通信服务市场过程中,文力表示梦网集团将会关注在AI、区块链、大数据、云服务等领域的收购机会。比如在区块链领域,公司已经设立了专门事业部,寻找区块链技术可与通信网络融合的机会。

从业绩来看,今年前三季度梦网集团实现净利润1.52亿元,预计2018年全年净利润将实现2.35亿元至3.52亿元,变动幅度在-2.27%至46.39%。对于业绩表现,文力表示主要是前期研发投入影响。

公司预计,年内移动通信企业业务量预计实现约20%的增长,单价略有下降,总体毛利持续上升;同时新业务逐步投入商用后将形成一定规模和利润。由于持续加大当前网络环境以

及面向5G的富媒体消息、视频、物联等云通信相关新产品研发及市场推广力度,导致期间技术研发以及创新业务拓展费用上升。

5G时代会形成泛连接,从传统的运营商模式进入互联网通信模式。”文力介绍,梦网集团最新推出了“双屏计划”,即在上百万家企业和上百亿屏幕之间实现全连接,另外预计明年将会发布5G新产品和服务,最新的研发进展超预期。

采访手记

上峰水泥: 把成本控制到极致

证券时报记者 曹轶

“虽然今年业绩很不错,但是我们依然做好了过冬的准备——控制成本。”上峰水泥(000672)的一位高管称。在杭州的西溪湿地,我们参观了上峰水泥的公司总部,这里优美的自然环境、高效率的管理团队,给记者一行留下了深刻的印象。

提到水泥这个行业,上峰水泥副总经理、董秘翟辉就滔滔不绝起来。他说,我国的水泥行业处于过度竞争的状态,未来几年,一定会出现大量行业内的兼并重组,“大鱼吃小鱼”的现象将会成为市场的常态。在翟辉看来,水泥行业的未来发展潜力,就是看谁家更能控制生产成本、更能提高生产效率,从而保持良好的市场竞争状态。

翟辉的观点与中邮证券一位分析师不谋而合。这位分析师认为,“展望中长期,从我国水泥行业的发展周期来看,目前我国水泥市场整体处于成熟期,行业高速增长阶段已经过去,集中度提升成为中期行业发展的逻辑。在当下国家深化供给侧改革和行业季节性错峰生产的背景下,行业集中度提升有望加速,龙头企业将充分受益。”水泥是一种不宜进行长途运输的基础建材,它质量大、单位价格低的属性,造成了水泥行业的“运输半径”问题,超过一定区域的运输距离,运费就会超过水泥的价格,从而导致水泥卖不出去。近几年,得益于长江中下游地区的城市化进程提速,水泥的消耗量也在逐年提升,上峰水泥正是抓住了这一块“大蛋糕”。上峰水泥一位高管告诉记者,上峰水泥的经营战略以华东市场为核心,背靠安徽怀宁、铜陵石灰石资源,沿江粉磨站靠近终端市场,市场优势、成本优势构筑长期竞争壁垒,未来还有吉尔吉斯斯坦等海外产能的投放,从而带来量的弹性。

“我们董事长是浙江人,他身上充满了浙商务实的精神,尤其是对成本的控制,可以说我们对成本控制的追求,达到了一种极致。”翟辉告诉证券时报记者,“浙商精神”中很重要的一条就是节省成本,“螺蛳壳里做道场”。他举例说,浙江诸暨有一个镇子是全球袜子行业最大

的集散地,这里的小工厂、家庭作坊层层分工,谁家生产皮筋,谁家生产纬线,谁家生产皮筋,都有详细的分工,而正是靠着这样细致的分工和精细的成本控制,他们才把袜子的生产成本控制到了全世界最低价。“我们正是用做袜子的精神来做水泥,我们力争要成为国内水泥行业里,生产成本最低的一个。”翟辉说,上峰水泥的高管团队开会,经常性的一个议题就是大家讨论怎么样控制生产成本。

其实,上峰水泥有着靓丽的季报报表。财报公告显示,上峰水泥今年前三季度营业收入36.25亿元,同比增加23.33%,净利润9.18亿元,同比增加101.61%。就今年第三季度而言,上峰水泥单季度实现营业收入15.43亿元,同比增加37.58%,淡季价格高位助推单季收入大增;单季度实现归母净利润4.09亿元,同比增加111.16%。

另外,今年入冬以来南方水泥价格一直居高不下。受天气影响,南方的冬天历来是建筑施工的高峰期,而北方地区由于受低温和环保限产的影响,很多水泥厂开始错峰生产或者直接进入冬季停工。一位券商分析师称,“11月中旬,尽管国内部分地区遭遇雨水天气,但受益于低库存和赶工需求支撑,水泥价格继续保持上行态势。考虑到多地区水泥价格已经处于历史较高水平,企业继续推涨意愿下降,除少数地区价格仍有上涨预期以外,大部分地区将会进入高位稳定阶段。”据一位行业人士透露,由于南方水泥价格持续高涨、供不应求,甚至出现了北方某些水泥企业,利用大型货船把北方水泥运到南方来卖的现象。

“公司既然业绩这么好,为啥还要下大力气做成本控制呢?”面对记者的疑问,翟辉解释道,“现在的水泥价格高涨,是供求关系决定的,有时候一天就一吨涨几十块钱,这种价格并不能视为常规的利润。因为虽然多卖了几十块钱,但我们并没有提升水泥的品质。而水泥行业是有周期性的,既有价格高的时候,也会有价格下跌的时候。我们现在控制好了生产的成本,到了未来的行业寒冬,我们就有生存下去的本事。”上峰水泥之所以如此“苦练内功”,就是要在行业好的时候看到未来的周期性变化,提前做好准备。

中国平安人寿投资连结保险投资单位价格公告

投资账户名称	11月22日		11月21日		11月20日		11月19日		11月16日		11月15日		投资账户设立时间	说明:
	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价	买入价	卖出价		
平安发展投资账户	3.7559	3.6823	3.7613	3.6876	3.7563	3.6827	3.7996	3.7251	3.7883	3.7141			2000年10月23日	本次投资单位价格仅反映投资连结保险各投资账户以往的投资业绩,并不代表未来的投资收益。客户可以通过本公司的全国客户服务热线95511、中国平安保险集团网站(http://www.pingan.com)、客户服务柜面以及保险顾问查询相关的保单信息。 中国平安人寿保险股份有限公司
平安收益投资账户	1.986	1.9471	1.9857	1.9468	1.9854	1.9465	1.9852	1.9463	1.9845	1.9456			2001年4月30日	
平安基金投资账户	3.8794	3.8034	3.8898	3.8136	3.8832	3.8071	3.9435	3.8662	3.9334	3.8563			2001年4月30日	
平安价值增长投资账户	2.3277	2.282	2.3279	2.2822	2.3271	2.2814	2.3276	2.2819	2.327	2.2813			2003年9月4日	
平安精选权益投资账户	1.1634	1.1406	1.17	1.1471	1.165	1.1422	1.1958	1.1724	1.1937	1.1703			2007年9月13日	
平安货币投资账户	1.5057	1.4761	1.5053	1.4757	1.5051	1.4755	1.505	1.4754	1.5047	1.4751			2007年11月22日	
平安天玺优选投资账户			1.0019	1.0019	1.0019	1.0018	1.0018	1.0017	1.0017	1.0016	1.0016		2018年8月1日	

中国平安 PINGAN

保险·银行·资管