

虽然有老字号的光环,多数老字号企业却经营情况欠佳,一些甚至空有品牌,已无产品上市

# 张小泉上市,老字号复兴?

本报记者 蒋茜

张小泉在创业板上市的消息,将这个“熟悉的陌生人”带入公众视野。9月6日,老字号张小泉登陆创业板,成为A股市场上的“刀剪第一股”,开盘价29.8元/股,盘中涨幅一度超过450%。

## 老字号多数经营情况欠佳

很多人在用张小泉,但很少人了解张小泉。拥有近400年历史的张小泉,是商务部认定的第一批中华老字号。统计显示,目前被认定的中华老字号品牌共有1128家,这些老字号企业中,仍在不断发展壮大的只占20%~30%,多数经营情况欠佳,一些老字号企业甚至空有品牌,已无产品上市。也正因此,有分析人士称,在资本簇拥互联网新消费企业的当下,老字号张小泉的上市尤为难得。
 资本缘何看好张小泉?“吸引力”来自“硬实力”。据张小泉递交的招股书显示,在2018~2020年,张小泉的营收呈稳步增长态势,分别达到4.1亿元、4.84亿元、5.72亿元,年复合增长率为18.13%;同期净利润为4380.85万元、7230.07万元、7721.60万元,复合增长率为32.76%。
 不过,风光上身的背后,张小泉仍有隐忧。刀剪行业进入门槛低,天眼查数据显

## 新能源汽车企业加速入局 专利创新能力亟待提升

本报记者 杨冉冉

又一家科技互联网头部企业进入新能源汽车赛道。日前,小米公司发布消息,小米汽车有限公司已完成工商注册,注册资本为100亿元,雷军亲自出任公司法定代表人。
 现在的新能源汽车市场,可以说是群雄环伺。广汽集团、北汽集团等传统车企纷纷入局,汽车合资品牌加速新能源转型,造车新势力们交付量不断攀升,更多“新新势力”——来自科技互联网领域的人局者不断涌现,阿里、腾讯、小米、美团、百度、360等互联网企业,或投资入股,或直接下场造车。
 与此同时,新能源汽车市场表现异常亮眼。据中国汽车工业协会最新发布的8月份汽车产销数据显示,8月我国新能源汽车产销量首次均超过30万辆,再创历史新高,分别达到30.9万辆和32.1万辆,环比增长8.8%和18.6%,同比均增长1.8倍。
 前8月,新能源汽车渗透率已提升至11%,其中,8月新能源汽车渗透率已提升至17.8%。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,从8月份销量来看,新能源汽车已从边缘化地位逐渐走向主销车型的核心地位。
 从竞争态势来看,特斯拉依然是行业第一。乘联会发布的汽车销量数据显示,8月特斯拉批发销量创造历史最好成绩,达到44264辆,环比增长34%,同比增长275%。造车新势力企业的交付能力也不断提升。今年前8个月,蔚来汽车交付量为55767辆,小鹏和理想汽车交付量分别达到45992和48176辆。
 与新能源汽车市场销量一同飙升的,还有资本市场热度。Wind数据显示,从2021年初至9月6日,新能源汽车指数上涨37.92%,动力电池指数上涨68.86%、锂电池指数上涨79.96%,锂电电解液指数上涨108.86%。
 以小米集团为例,今年3月,小米集团宣布进军造车,随即就开始在新能源汽车领域攻城略地,先后投资了30多家相关公司,包括汽车驾驶辅助方案提供商纵目科技、激光雷达制造商禾赛科技、4D毫米波成像雷达供应商何伙伴等科技公司,还收购自动驾驶公司DeepMotion深动科技。
 据不完全统计,在2006年~2021年间,新能源汽车领域共发生545起融资事件,相关金额超3200亿元。天眼查数据显示,我国新能源汽车相关企业已达33.2万余家,但从企业是否为高新认证企业来看,仅有3649家为高新技术企业。从专利数据来看,中国新能源汽车专利申请量占全球新能源汽车专利总申请量的66.79%,成为全球新能源汽车专利申请最多的国家,但新能源汽车相关企业申请的专利类型主要为实用新型,占比49.2%。另外,发明专利和外观设计的占比分别为40.9%和9.98%。
 有业内专家建议,当前,全球汽车产业正进入大变革时代,电动化、智能化、网联化以前所未有的速度、深度、广度,重构着汽车产业链、供应链、价值链,未来的新能源汽车领域是必争之地。而知识产权已成为中国汽车产业转型升级、由大变强的重要突破口。在已新成“红海”的新能源汽车领域,企业要想突围需要持续在创新方面发力,强化重点领域研发、不断优化专利布局结构、逐步提高专利质量、提升知识产权意识和运营水平。

在阅读提示
 在消费升级的大背景之下找到自己的新定位,不断向由新人群、新场景构成的新消费市场延伸触角,或许是给张小泉这家老字号带来新活力的良方。

示,我国剪刀相关企业近1.5万家,从注册资本来看,超半数企业注册资本低于500万元,中小企业属性较为明显。根据《中国工业统计年鉴》,2020年,中国规模以上刀剪行业主营业务收入为542.8亿元,龙头企业张小泉的市场占有率仅为1%。

## 张小泉面临的挑战并不小

虽然有老字号的光环,但张小泉的产品技术含量并不高——2020年其研发费用占营业收入比例为3.51%,不足以为公司建立行业竞争壁垒。
 一方面,由于仿制成本低,张小泉面临大量低价低质抑或假冒产品的“竞争”。另一方面,拓展中高端产品的道路,张小泉走得也不太顺畅。公司推出了高端系列产品,包括单价超过1000元的刀具,不过市场反响平平。2020年,单价超过300元的产品占当期销售额比重为6.71%。
 “10元刀剪、4亿元营收”,一直以来,张小泉走的都是亲民路线。其在招股书中也提到:“长期以来一直存在国产高端产品不足的问题,高端市场几乎被进口品牌所占

据。发行人与国外先进企业相比,在高端产品开拓能力等方面处于相对弱势。”
 除了像双立人这样的国外品牌牢牢占据高端市场前排位置,主打中高端路线的国内品牌十八子作也成为张小泉强有力的竞争对手。加之苏泊尔等厨房地电品牌,利用自身品牌优势也在蚕食着张小泉的刀剪市场。可以说,张小泉面临的挑战并不小。

## 努力让老树绽放新芽

面对日新月异的市场环境,张小泉也在努力让老树绽放新芽。
 作为最早一批试水电商的老字号,张小泉的线下销售逐年降低,线上销售比例在2020年已经提升至48.16%。为了“讨好”年轻人,张小泉也推出了自己的IP形象泉叔,并设计了手机壳等一系列文创产品。此外,近年来张小泉根据市场需求细分出了美发剪、花艺剪等新品类,还将触角延伸到个人护理用品、文具等领域。但总体而言,其业务仍以传统的剪、刀为主,在短期内很难出现新的增长点。
 值得关注的是,招股书显示,张小泉计



## 鲜花电商正悄悄改变传统零售格局

近年来,随着生活水平的提高和物流的快速发展,经济实惠的网购鲜花成为越来越多年轻人的首选,鲜花电商正在悄悄改变传统的鲜花零售格局。
 天眼查数据显示,目前我国共有近7万家鲜花电商相关企业。图为在山东省青岛市花卉电商产业园,工作人员通过网络直播推销鲜花。

王继林 摄/视觉中国

# 中国建材:因“改革而兴”“创新而强”

本报记者 刘静

近日,中国建材集团万吨级碳纤维基地在青海西宁正式投产。生产基地总投资50亿元,首次实现了单线年产3000吨高性能碳纤维生产线设计和高端成套技术自主可控,拥有完全自主知识产权。该项目的投产,标志着国产碳纤维国际竞争力和影响力得到进一步提升。
 前不久,在国资委组织召开“国企改革典型宣传暨媒体走进中建材”座谈会上,记者了解到,中国建材改革创新成效显著,因“改革而兴”“创新而强”的特点愈发显现。
 据中国建材集团党委书记、董事长周育先介绍,这家具有悠久历史的新企业曾濒临破产,通过推进资本投资体系化变革,探路混改推进重组,强化科技创新等一系列自我革新,在充分竞争的市场领域厚积薄发,如今已经发展成为全球最大的综合性建材产业集团、世界领先的新材料开发商和综合服务商,拥有13家上市公司,水泥、商混、石膏板、玻璃纤维等7项业务规模居世界第一。

## 关键核心技术攻关取得进展

“中国建材发挥26家国家级科研设计院所、3.8万名科研人员的优势,多个新材料取得进展。”周育先介绍说,为落实国家关键核心技术攻坚任务,中国建材成立了关键核心技术攻关工作领导小组,积极推进特种用途材料自主保供、碳达峰碳中和技术、基础建材三化、民用航空复材、信息显示玻璃等集团科技重大专项落地。强化央央地间协同,与中

国商飞、中国石化、武汉理工等围绕大飞机复合材料、碳纤维复合材料、氢能储运关键材料、低碳技术等开展联合攻关。
 在服务国防建设方面,中国建材大批新材料广泛用于航空航天、舰船、核工业等国家重大项目,碳纤维复合材料承力结构件用于天和核心舱、货运飞船、神舟十二、天问一号等国家重大项目,石英玻璃助力嫦娥五号、荣登探月工程成果展。

在服务国家重大工程方面,中国建材为白鹤滩水电站贡献低热水泥关键技术和全程监造技术服务,独家供应133万吨低热水泥打造“无缝大坝”,筑牢安全屏障。
 在服务国民经济主战场方面,除实现高端碳纤维成套技术自主可控外,还攻克8.5代TFT—LCD玻璃基板关键技术,实现我国高世代液晶玻璃基板零的突破,成功进入大尺寸液晶面板生产体系,保障了我国信息产业链安全。0.03毫米超薄柔性玻璃形成全国产业链,热等静压氮化硅陶瓷球实现批量化生产,高导热氮化硅芯片加速产业化,将用于新能源汽车、特高压、高铁等领域。
 服务人民美好生活方面,中国建材的石膏板业务陆续开发了净醛板、万能板,满足人们日益增长的美好生活需要。中性硼硅药用玻璃罐稳定量产,全力开发疫苗西林瓶与预灌封注射器等,护航新冠疫苗生产,助力构建抗疫防线。

将海外员工的健康安全放置首位
 “面对全球疫情蔓延,安全局势复杂,海外项目面临的国别、社会、安全与疫情风险叠加,为企业国际化经营提出新的挑战与任

务。”对于《工人日报》记者疫情下企业如何更好地走出去的问题,周育先表示,“中国建材所属企业在国资委、外交部、驻外使领馆的统一领导下,在做好疫情防控工作的前提下,推动复工复产,将海外员工的健康安全放置首位,确保海外项目正常运转。”
 据了解,中国建材高度重视疫情期间海外员工健康与安全,专门成立境外疫情领导小组,由集团领导亲自挂帅。每日召开海外疫情分析会,通过国际业务系统动态掌握项目运行情况及出现的问题。通过合理安排人员轮岗,关注海外员工心理健康,做好境外“四位一体”医疗体系建设,统筹集团内部资源共享,搭建集团外部资源平台等措施确保海外员工身心健康。
 据介绍,中国建材多年来一直致力于积极稳妥“走出去”,扩大国际化运营的国际化战略,是“一带一路”建设的开拓者,国际产能合作的生力军。
 截至目前,中国建材集团正在建设177个境外工程项目,运营40个重要海外投资项目,拥有分布于75个国家的189家境外机构。境外工程领域,上半年新签合同额122.43亿元,疫情期间逆势增长,海外项目部克服重重阻碍确保按时完工。
 今年是“十四五”开局之年,对于企业发展目标,周育先表示,“十四五”期间,中国建材将持续推动改革创新,在继续发挥基础建材“压舱石”作用的同时,大力发展新材料业务,努力成为具有全球竞争力的世界一流材料产业投资集团,实现5000亿元以上销售收入,500亿元以上利润。

本报记者 徐潇

9月7日,据深交所消息,创业板拟上市公司、哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司审核状态变更为“已受理”。据招股书披露,敷尔佳拟募资约18.96亿元用于扩产、营销等。
 受爱美人士追捧以及“颜值经济”的影响,面膜市场品牌层出不穷、竞争日渐激烈。近几年来,由于轻医美市场高速增长,以及敏感肌、功能性护肤概念的加持,以“械字号”“医用”之名出道的“医用敷料”品牌如雨后春笋般出现。敷尔佳借此东风,准备坐上“医用敷料第一股”的交椅。

## 医用面膜受到资本青睐

“械字号”医用皮肤修复敷料等产品主要用于皮肤组织、创面损伤修复,医美机构和消费者通称其为“医用面膜”。不过去年1月,国家药品监督管理局发文明确表示,“按照医疗器械管理的医用敷料命名应当符合《医疗器械通用名称命名规则》要求,不得含有‘美容’‘保健’等宣称词语,不得含有夸大适用范围或者其他具有误导性、欺骗性的内容。因此,不存在‘械字号面膜’的概念,医疗器械产品也不能以‘面膜’作为其名称”。
 但这不影响医用面膜的蓬勃发展,根据中泰证券今年8月一份研报,2019年贴片式敷料消费量3.4亿片,消费规模超50亿元。天眼查数据显示,我国目前有医用面膜相关企业240余家。定位“械字号”的创福康主打产品为胶原贴敷料、胶原蛋白海绵等,在医用敷料市场份额中位列第二,占4%;其他如可复美、绽妍、芙清、可丽金等品牌也占有一席之地。在这些品牌中,敷尔佳可以说是“优等生”,去年“械字号”医用敷料卖出近9亿元。

据业内人士透露,医用面膜产品研发投入不高,回报率却较高。此次敷尔佳拟募资18.96亿元,这其中有8.85亿元将用于品牌营销推广,占总募资金额超四成,投向研发及质量检测中心建设项目的金额仅为5691万元。事实上,截至2021年3月31日,敷尔佳公司将近300名的员工中,研发人员仅两人。从回报率看,医用敷料与妆字号面膜生产成本接近,但终端售价差异较大。根据中泰证券公布的数据,一片医用敷料生产成本约1.4~1.6元,终端售价可达15~30元/片,而普通面膜生产成本约0.95元/片,售价为5~10元/片。“投入少,产出多,资本人只会让医用敷料公司更注重营销而非研发。”一名业内人士说道。

“金矿”般的医美面膜,引得资本布局医用面膜市场。据此前媒体报道,在2019年的广州美博会上,以“医用面膜”为卖点的品牌商超过200家,但有数据显示,目前医用皮肤修复敷料二类及以上批文仅48个。

## 强监管下,市场将更加规范

一直以来,国家对一类“械字号”进行严格监管,二类、三类“械字号”拿证难度较高,时间周期长。“械字号”对产品的生产、运输等方面要求更高。这就导致部分医用面膜存在虚假宣传或过度营销行为。
 广东省药监局的调查发现,并没有证据证明市面上的“械字号”面膜能够比普通面膜有更好的护肤功效。这背后,是研发商打的擦边球,因为医疗器械类产品在成分配料表方面不必写全成分,也无需按照“妆字号”产品依成分高低排序的规定书写。
 2020年7月21日,国家药品监督管理局起草发布了《化妆品注册管理办法(征求意见稿)》和《化妆品生产经营监督管理办法(征求意见稿)》,并向社会公开征求意见。对医用面膜的监管进入了实际落地阶段,去年8月,上海市陆续撤销了多个“械字号”一类医疗器械厂商的生产资质,共涉及255家企业。
 除了监管生产厂家,对渠道也需严格治理。去年11月,国家市场监督管理总局网站发布《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》。
 意见指出,凡是宣传为有“医疗”效果,或是医疗机构使用的美容类产品,以及带有保健功效的食品都将不可再通过直播间进行销售。若违反规定,相关代言人可被没收违法所得,并处违法所得一倍以上二倍以下罚款的行政处罚。
 在强监管下,医用面膜收割消费者智商税的局面或被颠覆,市场将更加规范。对此,敷尔佳、创尔生物等已加码“妆字号”,其中敷尔佳渐渐形成了以面膜为主力产品,精华、乳液等“妆字号”产品占据护肤品牌市场的产品矩阵。
 敷尔佳强闯A股,或许是行业洗牌的一个转折点。

## 长江中游三省将协作打造高质量发展重要增长极

据新华社电(记者王贤)9月10日,长江中游三省协同推动高质量发展座谈会在武汉举行。江西、湖南、湖北三省将携手在基础设施、文化旅游、产业创新、公共服务等方面深入合作,协作推动高质量发展,推动中部地区加快绿色崛起,打造全国高质量发展重要增长极。

三省提出,将继续加强协同合作,打通农村公路省际断头路,武汉城市圈、长株潭都市圈、大南昌都市圈在未来将实现1小时内部直达,2小时相互通达。三省将成立长江中游三省毗邻地区旅游产业发展联盟,将重点打造以湘鄂赣天岳幕阜山文化旅游联动区、武陵山生态旅游示范区为代表的合作区。三省正协商推动旅游一卡通,互开武汉、长沙、南昌三地周末游专列。

三省将建设长江中游城市群综合科技服务联盟,支持长江中游城市群综合科技服务平台开展深度合作,技术、仪器、人才等各类科技资源资源共享。三省将探索建立住房公积金合作机制,将实现区域内住房公积金异地互认互贷和转移接续,构建三省和长江中游城市群各城市间住房公积金“政策互动、服务互鉴、系统互通、信息共享、信用互认”的格局。

三省决定在通城、平江、修水三县全域共同建设长江中游三省“通平修”绿色发展先行区,共建长江中游生态绿心,保护治理好幕阜山、罗霄山、福寿山和舅水河、汨罗江、修河“三山三河”,共建长江中游文旅一体化核心区。

在10日的会议上,“推进长江中游三省协同发展联合办公室”正式揭牌。《长江中游三省协同推动高质量发展行动计划》《长江中游三省省会城市深化合作方案》等6个合作文件也得到签署。会议提出,长江中游三省将充分发挥东启西、连南接北的区位优势和各自的比较优势,共同打造全国高质量发展重要增长极、“双循环”重要中间枢纽,全国城市群协同发展样板区、全球有影响力的科技创新策源地、全国生态文明建设先行区、全国统筹发展与安全示范区。

## 冲击「医用敷料第一股」 医用面膜市场受瞩目