



法网、世界杯、英超、西甲……
青岛上市公司纷纷赞助体育顶级赛事

竞技 “体育赛场”

□青岛日报/观海新闻首席记者 孙欣

体育赛事，是体育迷的狂欢节，也是品牌较量的竞技场。刚刚结束的2023年法国网球公开赛，成就了德约科维奇第23个大满贯奖杯，见证了王欣瑜、谢淑薇的中国女双力量，和张之臻代表的中国男子网球的崛起。同样，和其他大型体育赛事一样，作为世界顶级赛场的罗兰-加洛斯，也见证了越来越多的中国品牌出现在球内外。

这次新的入场者，是海尔。事先没有铺天盖地的预告，海尔的这波体育营销似乎有些低调。但就法网的传播力度而言，海尔智慧家庭的广告，已经成为谈论德约科维奇之后不得不提及的话题。这也是同城企业海信深耕体育营销多年之后，海尔在高端体育营销领域的一次全新尝试。

海尔、海信纷纷发力体育营销，离不开企业加速出海的大背景。近年来，实力逐步壮大的青岛企业，开始走出国门，目标以自主品牌拓展海外市场。体育营销，则被视为赢得海外市场，尤其是高端海外市场的一条有效“捷径”。

除了海尔海信，青岛两家轮胎企业——赛轮和森麒麟，也纷纷下注体育营销。显然，在我国轮胎行业转型升级的大背景下，它们也想在品牌出海的路子上有所作为，寻求价值链更高端的位置。



海尔“出手”网球顶级赛事

根据公开信息，海尔今年“出手”目标除了法网，还成为ATP(职业网球联合会)巡回赛的官方家电合作伙伴。后者的合作赛事包括ATP年终总决赛、罗马大师赛、巴黎大师赛以及巴塞罗那、伦敦女王杯和汉堡三站ATP500赛事。两项合作均由海尔旗下上市公司海尔智家达成，于今年4月官宣。

从营销目标来看，海尔的这次“出手”直指欧洲市场。法网作为网球四大满贯赛事之一，是欧洲大陆唯一的大满贯赛事，影响力自不必多言。ATP总决赛从赛事积分来看，是仅次于大满贯的重量级赛事，举办地位于意大利都灵。而其他赛事的举办地，罗马、巴黎、巴塞罗那、伦敦、汉堡等地，也都是欧洲的重要城市。

自1990年进入欧洲市场以来，海尔智家不断提高欧洲的高端市场份额。年报显示，在欧洲家电行业下滑8.9%的背景下，2022年海尔智家欧洲业务实现收入230.32亿元，同比增长16.7%。对欧洲市场，海尔看好其巨大的潜力。在2022年年报的“致股东的函件”中，海尔智家表示，“从区域的维度，我们在最重要的中国和美国市场均实现了领先地位，但在其他区域的市场地位和盈利能力不够理想，破局别无他路，只能以持续的产品创新和品牌建设来突破”。

事实上，海尔智家在体育赛事领域的营销力度不断加大。在菲律宾，海尔智家连续四年成为菲律宾篮球联赛的官方合作伙伴；2022年6月，作为世界游泳锦标赛合作伙伴，海尔智家在场内的大屏幕以及赛事杂志上均有亮相；2023年1月，海尔智家作为唯一中国家电品牌，见证了达喀尔拉力赛的精彩赛程。

值得一搏的“大冒险”

相较之下，海信的体育营销之路走得早一些。

做强品牌，突破高端

体育营销对企业品牌的价值，已经毋庸置疑。

些。从2008年赞助澳网算起，至今已有15年。

时间拨回到2008年，彼时的海信对于体育营销几乎可以说是完全陌生的。而刚刚确立了“大头在海外”国际化战略的海信，面临的难题便是在海外把自主品牌做起来。一次偶然的契机，海信得到了赞助澳网的机会，并一口气连续赞助了7年，到第7年的时候，海信在澳大利亚的市场占有率已经达到20%。如今，澳洲被海信视为自主品牌做得最成功的市场之一。自2017年起，海信电视和海信冰箱销售量位居市场第一，是首个登顶澳洲的中国品牌。

看到体育营销价值的海信，逐渐将体育营销纳入了海信自主品牌战略的一部分。此后，海信又接连赞助了F1红牛车队、美国规模最大、最受观众欢迎的汽车系列赛事NASCAR，成为德甲沙尔克04的高级合作伙伴，一系列体育赞助活动让海信深刻体会到体育赛事是世界通行的语言和沟通方式，是企业品牌与消费者最直接、简单、纯粹且高效的交流方式。

随着国际化步伐的持续推进，海信在体育营销上也持续升级。2016年起，海信将目光瞄准了受众最广的足球赛事。2016年，海信成为欧洲杯53年来第一个中国品牌赞助商。之后，海信又接连赞助了2018俄罗斯世界杯、2020欧洲杯，以及2022卡塔尔世界杯。

如果说最初体育营销对海信来说是一场“大冒险”，那么如今回过头来看，这绝对是一场值得一搏的“大冒险”。

去年卡塔尔世界杯前夕，海信公布了一组数据：2016年到2021年，海信的全球知名度从37%上升到59%，海外收入从196亿元增长到725亿元，海外收入占比从不到20%上升到41%，自主品牌占比更是超过80%。

疑。当下，加快拓展海外市场、打造自主品牌摆在越来越多青岛企业面前，体育营销似乎成为一个不错的发力方向。率先行动起来，是赛轮和森麒麟两家轮胎企业。

近两年，轮胎行业面临不小的压力。数据显示，2022年我国轮胎外胎产量较2021年同步下滑5%。而与此同时，欧美市场2022年度通胀压力较大带来终端市场需求整体缩减，轮胎出口层面全年同比亦呈现下滑趋势。行业发展承压，品牌化、高端化成为企业提升抗风险能力，突围市场的重要发力方向。

赛轮作为青岛规模最大的轮胎企业，2022年实现营业收入219.02亿元，目前公司产品的出口销售占比超70%。近年来，赛轮一方面通过不断推进产能全球化布局，扩大规模效应；另一方面，则持续加大高端创新性产品液体黄金轮胎的推广力度，提升产品附加值。而要实现这样的目标，自主品牌打造是“必修课”。近两年，赛轮明显在品牌打造上发力，提升产品的品牌影响力。

目前，除了通过组建车队参加赛车比赛之外，赛轮还通过足球体育赛事宣传自身品牌，已经成为欧洲西甲联赛瓦伦西亚足球俱乐部的全球官方合作伙伴，增大轮胎产品的曝光力度与品牌影响力。

森麒麟在体育营销上的步子迈得更大一些。根据年报透露的信息，2022年森麒麟继续在海外以“路航 Landsail”品牌名义与英国合作伙伴共同赞助英超莱斯特城队；定制品牌客户“Davanti”继续与英超球队埃弗顿足球俱乐部展开合作，持续加强公司轮胎产品在全球市场的影响力，推动关键核心市场的品牌知名度。

莱斯特城队曾在2017年夺得英超联赛冠军，2021年夺得“足总杯”冠军；埃弗顿曾9次获得英格兰顶级联赛冠军，5次“足总杯”冠军，1次欧洲优胜者杯冠军。

公告牌 billboard

创新奇智拟配售H股募资约3.92亿港元用于研发

本报讯 青岛创新奇智科技集团股份有限公司(简称“创新奇智”)于日前发布公告称，拟配售最多1990万H股新股募资3.92亿港元，募集资金将主要用于研发投入和业务拓展。

港股配售相当于A股定向增发，针对特定机构和投资者发行新股。据披露，创新奇智本次配售所得款项净额，约40%用于研发投入，约30%用于战略扩张投入，约10%用于销售营销投入，约10%用于加强内部系统及IT基础设施投入，约10%用于营运资金。

创新奇智是青岛首家AI上市公司，成立于2018年2月，致力于用前沿的人工智能技术为企业提供AI产品及解决方案。财报显示，公司在2022年度实现营业收入15.58亿元，同比增长80.88%。其中“AI+制造”业务板块收入达9.48亿元，同比增长111.2%，营收占比从2021财年的52.2%提升至60.9%。

(丁倩倩)

海尔生物拟控股超立安 拓展低温领域业务

本报讯 日前，青岛海尔生物医疗股份有限公司(简称“海尔生物”)发布公告称，拟以4300万元自有资金采用分期付款的方式对参股公司上海超立安科技有限责任公司(简称“超立安”)进行增资，增资后海尔生物对超立安的股权占比达54.31%，成为控股股东，有助于海尔生物拓展低温领域业务布局。

增资前，海尔生物对超立安的持股占比为15%。超立安主要经营业务为斯特林制冷机研发、生产和销售。斯特林制冷机采用氦气作为制冷介质，具有高效率、高可靠性、绿色环保等优点，可作为关键零部件应用于低温存储、低温处理、红外探测等多个领域。据披露，超立安斯特林制冷机研发团队，掌握斯特林制冷核心技术，目前已获得12项专利，其主要产品将于2024年起实现批量产业化。

(丁倩倩)

德才股份拟发行可转债 募资不超过8.5亿元

本报讯 日前，德才股份发布公告称，公司拟向不特定对象发行可转债募资不超过8.5亿元，募集资金主要用于投资于建筑工程项目、补充流动资金。

据德才股份披露，此次募集资金将主要用于城市更新类和新公建类共7个建筑工程项目的建设，如中山路太平路道路及周边提升工程总承包、青岛市博物馆扩建工程总承包等。

近年来，德才股份持续推进业务结构调整，明确深耕新城建和新基建领域，营业收入和归母净利润持续增长。2021年、2022年及2023年一季度公司三个报告期内，德才股份的营业收入分别为50.40亿元、56.38亿元和8.92亿元，归母净利润分别为1.40亿元、2.00亿元和0.47亿元。

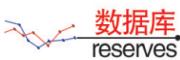
(丁倩倩)

科捷智能收购软控智能 并向其增资2.32亿元

本报讯 近日，科捷智能科技股份有限公司(简称“科捷智能”)收购青岛软控智能装备有限公司(简称“软控智能”)事宜再传新讯，软控智能已完成股权转让和增资的工商变更登记手续，公司名称变更为“青岛科捷高新装备制造有限公司”。

据披露，科捷智能董事会、监事会及股东大会分别于今年4月和5月审议通过了公司收购软控智能股份有限公司持有的软控智能100%股权，并向其增资2.32亿元，用于建设“智能物流和智能制造系统产品扩产建设项目”和“总部及研发中心建设项目”，以及偿还软控智能截至2023年3月31日负债。据悉，科捷智能通过收购软控智能取得后者拥有的土地和厂房，用于实施上述两个项目的建设。变更后的青岛科捷高新装备制造有限公司注册资本2.6亿元，经营范围包括智能仓储装备销售、物料搬运装备销售、工业自动化控制系统装置销售等。

(丁倩倩)



上市青企：新产品、新产能、新技术

聚焦青岛辖区上市公司2022年度集体业绩说明会

□青岛日报/观海新闻记者 丁倩倩

森麒麟： 二季度订单旺盛

森麒麟相关负责人表示，公司产品主要以高性能轿车、轻卡轮胎为主，主要销售市场为欧美替换市场，目前已成为德国大众集团、德国奥迪汽车、广州汽车、长城汽车、吉利汽车、北汽汽车、奇瑞汽车等整车厂商的合格供应商。

据透露，森麒麟二季度订单远超车公司现有产能，预计下半年出口订单依然饱满。目前，公司青岛工厂设计产能1200万条半钢胎/年，经过智能化改造产能可挖潜至1500万条半钢胎/年，泰国一期设计产能1000万条半钢胎/年，产能亦在持续挖潜中。同时公司泰国二期600万条半钢及200万条全钢产能项目正处于大规模产能释放阶段，预计2023年下半年600万条半钢胎项目可实现满产运行。公司在摩洛哥、西班牙新增产能项目稳步推进，有望进一步扩充产能、做强做大主业。

另外，森麒麟还表示，其研制的适配国产客机的轮胎已经向中国商飞正式供货。

青岛双星： 聚焦新能源汽车轮胎

青岛双星表示，公司积极推动新能源汽车轮胎的研发设计，并力图在此领域建立优势。目前公司与国内主要新能源汽车厂商建立了合

作关系，包括与奇瑞签署战略合作协议，参与其新能源汽车的前端设计。

一季度，青岛双星净利润改善，同比增长31%。公司于2021年3月增资锦湖越南工厂，于今年4月在柬埔寨投资建厂，积极推动“本地化”战略。未来青岛双星将通过全面降本增效、加速海外建厂、深耕下沉渠道等方式不断提升盈利能力。

国恩股份： 新能源电池产品已供货

近年来，国恩股份不断开拓复合材料应用场景，探索多领域多样化应用，重点向新能源汽车产业链方向发力。对于投资者关注的“新能源汽车巧克力超薄电池包上盖”推进情况，国恩股份回应，目前该产品已实现批量供货。此外，公司还推出充电桩壳体产品。国恩股份介绍，该产品采用SMC(片状模塑料)材料成型工艺，替代传统的注塑材料和钣金件，大幅提高了产品结构强度和耐老化性能；从SMC片材到模压，采用一体化生产解决方案，也降低产品成本。

征和工业： 持续扩大高端链系统产能

“扩产能”是征和工业的关注重点。2022年3月，征和工业公告称投资2.57亿元用于全资子公司青岛征和链传动有限公司产能扩建项目的建设；2023年3月，征和工业公告，拟投资55亿元，在湖州莫干山高新技术产业开发区建设链式智能物流装备及汽车关键零部件生产基地。

征和工业表示，目前两个扩产能项目均在建设之中，扩产内容各有侧重，其中链传动产能扩建项目为高端摩托车链条、大排量摩托车链条、高端摩托车链轮等摩托车链系统产品；湖州项目则主要为高端工业工程链系统、链式智能物流装备、汽车链系统、车辆发动机关键零部件、变速自行车链系统等链系统产品。

惠城环保： 新技术取得突破性进展

惠城环保一直致力于攻克废塑料裂解的技

术难关。不少投资者对技术进展表示关心，惠城环保回应称，公司“混合废塑料深度裂解制化工原料技术”已取得突破性进展，该技术将大幅减少前端石化原料生产塑料及后端塑料焚烧带来的二氧化碳排放，真正实现了低值资源的高值绿色循环。

而在此之前的6月5日，惠城环保公告，公司拟在揭阳市大南海石化工业区建设20万吨/年混合废塑料资源化综合利用示范性项目，项目计划投资总额11.99亿元。

酷特智能： 正筹备储能系统数字化试验产线

酷特智能是数字化转型的典型企业。其核心业务是以服装制造为试验田打造出的C2M(从消费者到生产者)产业互联网平台。

对于公司未来的业务增长点，酷特智能表示，公司已将C2M产业互联网平台在30多个行业近百家企业进行探索和实践。其中子公司中广酷特(青岛)新能源有限公司是该平台在新能源领域垂直产业平台的落地成果之一。

据披露，中广酷特正在筹备建立数字化试验产线，将主要从事大容量固态锂电池及相关动力系统、储能系统、不间断电源系统、新一代绿能动力系统的研制销售，预计2023年试投产。