

有望在一个月内连续入驻两家上市公司

# 广州工控A股版图持续扩张



万力轮胎积极拓展国际市场

## A 通用股份控制权谋变

根据通用股份公告,公司1月22日收到红豆集团通知,获悉红豆集团与广州工控方面签署了《股份转让意向协议》。

《股份转让意向协议》显示,红豆集团拟将所持通用股份24.41%的股份,转让给广州工控或其指定主体。

官网显示,红豆集团位居中国制造业综合实力第80位,聚焦服装、轮胎和制药3个产业,控股了红豆股份、通用股份两家上市公司,以及新三板创新层挂牌企业紫杉药业。

本次交易若顺利完成,通用股份的控制权将发生变更,红豆集团将向广州工控或其指定主体转让其持有的本公司24.41%股份,红豆集团直接持有通用股份的股份比例将降至16.94%。

通用股份2016年9月于上

交所上市,是一家专注于各种轮胎研发、生产和销售的现代化高新技术企业。产品为全钢子午胎、半钢子午胎、工程胎和斜交轮胎,拥有“千里马”“赤兔马”“TBBTRES”“GOODTRIP”等品牌。公开资料显示,当前,通用股份在中国、泰国、柬埔寨建有现代化轮胎生产基地,依托国际化基地布局、技术研发、品牌营销、运营管理等综合优势,产品销往全球100多个国家和地区,服务对象包括配套市场的汽车制造商、工程机械厂,以及替换市场的轮胎经销商与消费者。

公告指出,本次双方合作后,将在保证公司市场活力前提下,提升公司经营效率、降低公司管理成本,最终提升股东回报,提升合作后上市公司行业地位。

## B 有意加码布局新能源汽车产业

广州工控是广州市国资委下属国有资本投资公司和先进制造业龙头企业,全面聚焦先进制造业、工业智能与工业软件、产业金融服务、科技创新园区业务板块。近年来,广州工控在资本市场上相当活跃,拥有广日股份、山河智能、润邦股份、金明精工、鼎新技术、广钢气体6家上市公司。加上此前宣布的孚能科技以及此次的通用股份,广州工控旗下上市公司有望达到8家。

值得注意的是,今年以来,从孚能科技的动力电池再到通用股份,广州工控在新能源汽车全产业链的布局路径也更加清晰,且“走出去”的决心更为凸显。

自去年以来,受益于国内汽车行业产销增长、海外轮胎市场需求旺盛,中国轮胎制造业海外增长持续升温。2024年,通用股份泰国二期项目、柬埔寨二期项目、国内600万条半钢子午胎技改项目及10万条工程胎技改项目陆续投产。公司方面称,“四大项目”达产后将为公司新增每年约57.20亿元的收入以及8.30亿元的净利润,届时业绩

将迎来质的跨越。

值得注意的是,广州工控旗下早有轮胎业务的布局,作为广州工控集团汽车零部件板块的核心企业,创立于1988年的万力轮胎是国内华南地区规模最大的子午线轮胎制造商之一,且近年来同样在柬埔寨有重点业务布局。

就在1月12日,万力轮胎柬埔寨生产基地奠基仪式在柬埔寨柴枳省新巴域特区举行,基地建成后预计可年产1000万条半钢子午线胎和120万条全钢子午线胎。此次奠基的生产基地分为两期建设,其中一期投资额约2.39亿美元,总占地面积约32公顷,投产后将形成年产600万条半钢子午线胎生产能力。

此前,广州工控党委书记、董事长景广军曾公开表示,万力轮胎首个海外工厂在柬埔寨正式奠基,是广州工控集团深化国际合作、推动高质量发展的重要一步。

若今年的两次“入主”顺利实现,同属于广州工控麾下的通用股份和万力轮胎之间有望进一步整合资源,并与孚能科技持续互动,进而全面提升广州工控在新能源汽车产业配套领域的竞争力。

## 广州工控还要继续收购

广州工控集团2023年入选国务院国资委“双百企业”名单,旗下5家企业入选“科改企业”名单,营业收入超2000亿元,工业总产值超1000亿元,主要经济指标均保持两位数增长,位列《财富》世界500强第414位,跃升“中国企业500强”第113位,“中国制造业企业500强”第46位,自主培育的广钢气体上市科创板,成为广州国资委科创第一股和国内电子大宗气体系第一股,广州工控资本平台管理基金规模超过300亿元。

本月前,广州工控集团控股上市公司数量由重组前的2家即将增加至8家,数量位列广州国资系统第一,有效提升了广州工业企业在资本市场、行业和社会的地位形象。

此次并购通用股份成功,则旗下上市公司增加到8家,进一步巩固了在广州国资系统中的地位。本月内还刚刚收购了孚能股份。这距离广州工控设定到2025年拥有10-15家上市公司还有不少标的要收购。

(钟和)

相关链接

### 财经辣评

## AI玩具大举进入家庭真能成为孩子的益友?

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

据媒体报道,AI玩具正成为多家上市公司加紧布局的蓝海领域。近日,央视新闻援引业内人士分析认为,AI玩具是当前大模型在硬件端的最佳落地场景之一。据国外市场研究机构预测,全球AI玩具市场规模将从2022年的约87亿美元,增长到2030年的351.1亿美元,年复合增长率将超过16%。目前,该领域已有多个相应产品面市。

对话盒子、挂件玩具、玩具机器人、机器宠物、卡通人物……能够被AI赋能的产品名单可以很长很长。曾经带有一点智能性质的玩具,因为AI的加入,而变得不再千人一面,而具有了自主学习、自我训练的本领,以适应不同玩家和场景的需求。

AI玩具并非纯粹的被使用对象,它也是教育、生活和娱乐的伙伴。比如它能提供个性化教育内容,根据孩子的学习进度和兴趣,定制专属的学习计划和课程。还能通过互动游戏、知识问答等方式,让孩子在玩中学,激发学习兴趣和创造力。对于忙碌的家长和独自在家里的孩子、老人或上班族来说,AI玩具可以成为贴心的陪伴者。

它实时与用户交流,提供情感支持,缓解孤独感,加上有虚拟宠物养成、智能解谜游戏等,也就成了满满的陪伴角色。

由于AI程度的快速提升,还带来一种结果,那就是玩具、工具之间可能已经没有了本质差别。比如一个可以抱在床上的高仿真宠物狗,能够准确回应主人所有稀奇古怪的提问,甚至还可以帮忙做作业,解决难题。这是玩具的成人化,还是成人物品的玩具化,已经很难区别。

同时,不可忽视的是,过度依赖AI玩具可能会让孩子放松了对孩子的观察和照顾。结果导致孩子减少与真实人类的交流互动,对于他们社交能力的培养,如语言表达、情绪理解、合作能力等提高都是有局限的。比如AI虽然已经接近人性化,但给出的答案和应对往往是机械化的,是没有温度的。孩子学到这些被精粹的答案,得到的也就是一个脱水的标本式的世界。AI的标准答案,也可能限制人们想象力,因为它会让人懒得去找更多的可能性和答案,而习惯于接受现成的答案和解决方案。

此外,目前AI玩具因为数据量,也很难真正替代孩子的隐私意图。当孩子重复问同一个问题,家长会从身体和心理找原因,但机器只会从问题本身的文字信息找答案。孩子习惯了获取精确答案之后,逐渐会对模糊性不感兴趣,从而把自己封锁在家里,逐渐对外界失去探索的冲动。

同时,AI玩具出于学习和训练需要,必然需要收集和存储用户数据,可能存在隐私泄露风险,比如孩子的个人信息、家庭信息、身体信息等。这些玩具一旦被公司获取,成为大数据进行加工和售卖,造成的后果也是家庭无法控制的。这不是AI玩具的工具化,从智能家电到智能监控,都存在这种隐私泄露甚至带来毁灭性后果的可能。因此,家庭购买AI的时候,也要对各类风险有更多的联想,而不只是扫码、注册、打钩、使用。

首个非遗春节“老广”北上出游热情高——

# 年轻人扎堆主题公园过大年

文/羊城晚报记者 刘星彤 图/景区提供(另署名除外)



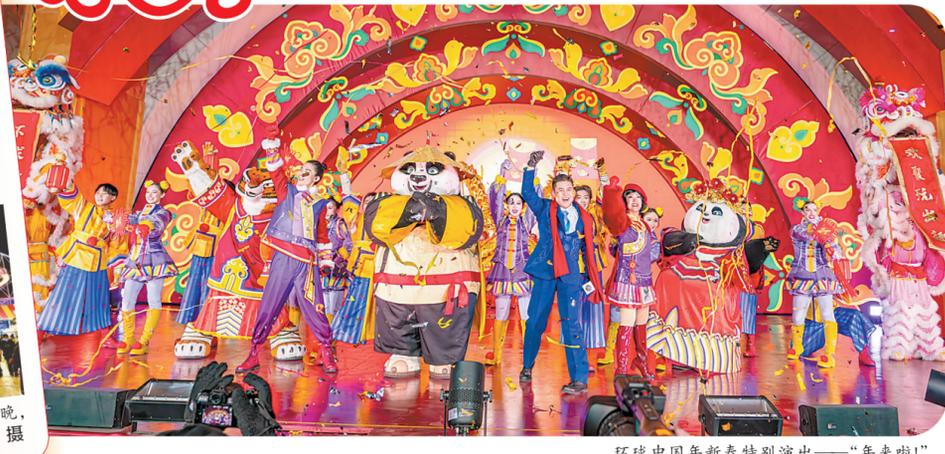
游客在北京环球度假区内的铸金梅树前拍照 刘星彤摄



功夫熊猫灵蛇雕像与游客同贺蛇年新春 刘星彤摄



2025“环球中国年”开幕当晚,游客在园内打卡留影 刘星彤摄



环球中国年新春特别演出——“年来啦!”

随着“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”在近日被联合国教科文组织列入人类非物质文化遗产代表作名录,作为保护传统文化、传承特色民俗的方式,春节的多样庆祝方式以及文化实践获得了全球认可,“申遗”成功更显著提升了游客在春节体验民俗活动的热情。

旅行社调查显示,“吃年夜饭”和“旅途团圆”成为广东游客关注度最高的两大旅行体验。而在2025年寒假春节出游人群中,约80%为亲子家庭,合家欢的旅途乐趣成为人们普遍关注的焦点。根据相关出游预测,今年寒假春节最受广东游客欢迎的国内旅游目的地中,北京跻身前三,北京同时也成为寒假最受欢迎的亲子游目的地。

在佛山工作的“90后”爸爸江先生准备在寒假带8岁的女儿去北京环球度假区,帮女儿“圆梦小黄人”。他表示,自己和太太对于“环球中国年”的兴趣更大,太太同时还是一位铁杆“哈利·波特”迷,“希望这次旅行不仅能让我们

全家人的春节更加有意义,也能在喜欢的主题景区尽情嗨玩”。

江先生说,由于假期有限,每年带孩子出游的机会不多,因此会特别关注旅途中孩子的增长见闻,同时也希望兼顾大人的兴趣爱好。在“环球中国年”主题活动中,他最期待的是打卡“年来啦!”新春特别演出。“去年就在网上刷到过演出视频,表演形式非常走心,它用创意融合了中国传统文化和国际知名IP,欢乐、热闹中不乏感动,我觉得很适合春节热热闹闹的气氛,歌词也很上口,一家人一起唱起来,会让小朋友对‘年’形成自己个性化的认知。”

2022年以来,北京环球度假区连续推出四届“环球中国年”主题活动,以独特方式庆祝中国春节,营造了“主题公园过大年”的浓厚氛围。这一活动使北京环球度假区成为新春欢聚的热门城市地标,更引发不少“老广”对于在雪天打卡“环球中国年”的执念。“我准备看天气预报随时订票,在最低可能下雪的那几天去打卡。”游客小旭认为,雪中游园会

让“仪式感”倍增。

据悉,“环球中国年”期间,从重磅演出、遍布园区的新年主题装饰、明星角色互动到佳节年货等,整个环球度假区化身融合传统民俗与现代创意的新春节味盛宴,呈现给观众。其中,环球中国年新春特别演出——“年来啦!”凭借“降伏年兽,红火过大年”的中国年故事,14位国际明星角色与数十名演员的联袂出演,凸显中式美学韵味的舞台设计,引发如潮好评,很多游客在社交媒体平台留言:“环球是懂中国年的!”“CNY果然适合中国宝宝体质!”“此刻想来北京的心情到了顶点!”

不仅如此,新春特别演出“年来啦!”今年还新增了“方言齐唱”,创意十足。在中国这片广袤土地上,每一种方言都承载着一份独特的文化底蕴。在演唱原创独曲《红红火火来利安国王》时,演员在原普通话的基础上,穿插地道四川、湖北方言唱词;在“记者现场播报”环节,穿插东北、山东、陕西方言,引发台下五湖四海游客的

共鸣,在方言里品味浓浓年味,纷纷评价“年味十足,热火朝天”。

“这场演出就像是一顿丰盛年夜饭,我们将经典的中国元素与电影角色相结合,展现浓浓的年味。”北京环球度假区娱乐团队导演潘赫表示,新春特别演出“年来啦!”不仅是要满足观众的娱乐需求,更要带给大家满满的幸福感和“年味回忆”——在大片世界里一边享受现代娱乐,一边感受传统文化和节日带来的温馨喜悦,这一奇妙融合,完美契合了年轻人对于传统节日的新期待。

“近几年的寒假和春节,北京环球度假区已经成为广东游客进京旅游打卡的热门目的地,尤其吸引了不少新一代的家长带孩子前去体验。”广之旅相关负责人告诉记者,亲子客群作为寒假最主要的出游人群,对于旅途的体验感和教育意义相当重视,带有亲子互动和实践性的旅游产品往往更受欢迎——带孩子去“大片世界”里撒欢兼顾传统文化传承,在玩乐中一同感受传统节日的魅力,无疑是最好的家庭游戏体验。

大片世界里,唱响合家欢“年味”进行曲

一起出发,刷新对“年”的记忆

打卡“年来啦!”新春特别演出成为不少游客喜爱的项目 刘星彤摄



小黄人换上新春服饰 刘星彤摄

近几年,在春节来临之际,不少年轻人会选择带上父母一同前往北京环球度假区,过一个大片世界里的特别新年,收获家庭团聚不一样的仪式感。

生于千禧年的广州游客安小姐每年春节都会陪伴父母外出旅行。去年夏天,她在广州举行的一场北京环球度假区大湾区游客见面会上,偶遇了功夫熊猫阿宝“本尊”,并与其互动拍照。“非常满足、治愈。当时我就想,如果能带爸妈一起去打卡,应该会很有意义。显然,‘环球中国年’是个绝佳的机会。”

安小姐认为,“环球中国年”活动不仅是一种新的新年庆祝方式,还可以让父母体验到传统文化在现代社会中的新活力,“我希望他们能够更好地理解我的兴趣爱好,并且通过这种方式拉近我们之间的距离。”

最令她期待的是与父母一同探索园区各种新颖有趣的沉浸式体验项目:“我很想看到他们对新鲜事物会作出怎样的反应,希望他们可以和我一样,共同感受新事物。”对安小姐来说,这样的旅程不仅仅是一次简单的旅行,更是一段珍贵的年味记忆。

在北京第二外国语学院中国文化和旅游产业研究院教授吴丽云看来,国际主题公园热衷于打造“年味”主题活动,将自身IP文化与春节文化深度融合,用深层次的文化体验唤醒人们对“年”的全新期待,这一产品和服务创新方式,是在地化的生动呈现,“尤其是在春节成为世界级非遗的背景下,打造这样的富有年味的主题活动更具意义。”

官方数据显示,开业3年多以来,北京环球度假区共上演超过1万场季节性活动、演出,累计演出时间超过4100小时。这些结合了季节特色与潮流娱乐元素的活动,让“重返”“追更”成为游客的“念想”,见证了主题公园持续不断的新鲜感。

吴丽云认为,借助中国文化开展相应的主题活动,让主题公园能够迅速构建起与游客的情感与文化链接,符合其产品常变常新、保持持久吸引力的法则。这当中,结合了中国文化底蕴及特色节庆资源开发的产品,更是对中国文化的再次传播推广,“在国风、国潮等传统文化备受年轻人欢迎的当下,年味主题活动能更好地契合年轻人的消费需求,有助于增强国民文化自信。”

年轻人扎堆到主题公园过大年,吴丽云认为这一消费现象值得肯定,“主题公园通过年味主题活动,让更多的中国人回味起小时候、记忆中的年味,这是一种非常好的非遗体验方式。同时作为主题公园增加了新的产品项目,增强新的吸引力,一举两赢。”