

文/图 羊城晚报记者 戚耀琪

上个月，一批全新一代氢能助力单车开始在广州番禺投放。由此，广州的绿色交通有了全新类型的成员。作为氢能助力单车运营商的氢锋科技总经理樊飞，原来也是一名广州创二代。他在跨越了建筑施工、地产领域、蓄电池乃至新兴的氢能产业的征途上，经历曲折的创业历程，也印证着一名“老广”锲而不舍的探索。

# 二次创业他转道氢能单车

## 1 首次创业以失败告终

樊飞告诉记者，自己成长的轨迹深受父亲创业历程的影响。早在1994年，樊飞的父亲踏上了创业的道路，成为广州早期涉足进口美国汽车配件行业的先行者。三十载风风雨雨中，他父亲始终坚守在广州这片热土上，赢得了众多合作伙伴的信赖。然而，创业之路并非一帆风顺。在艰辛的探索中，他父亲也遭遇了一次次生意场上的欺诈和挫折。尽管如此，父亲仍然日复一日地辛勤付出，虽然生意并未取得显著突破，但始终没有放弃。

大学毕业后，樊飞曾在央企历练，历经建筑业和地产业的风云变幻。在积累了丰富的

经验和资源后，他于2013年毅然辞去了央企的稳定职务，选择投身创业大潮。不约而同地，他也选择了父辈长期从事的汽车油品和铅酸蓄电池行业作为创业方向，努力通过现有资源找到合作伙伴共同开发新型铅酸蓄电池。

从市场格局来看，燃油车铅酸电池市场规模庞大，但竞争日趋激烈，内卷现象日益严重。随着国际和国内铅酸电池技术的不断革新与升级，这一市场的竞争环境愈发严峻，市场竞争受到了一定程度的压

缩。国内铅酸电池生产厂家如雨后春笋般涌现，与此同时，燃油车市场部分被电动车所取代，使得传统的铅酸电池业务，如同其父辈所从事的那样，面临着巨大的生存压力。

“现实远比想象中残酷。尽管项目本身具有潜力，但由于合作伙伴选择不当以及自身知识储备不足等，最终导致这次创业以失败告终。”樊飞说，失败让他深刻反思，意识到需要慎重选择合作伙伴并不断提升自身能力，否则总是会吃亏。

## 2 二次创业选择了氢能应用

与氢能的缘份纯属偶然。2021年，在一次商务之旅中，樊飞结识了两位从事氢能研究的专家。他们与樊飞分享了氢能在中国的发展前景和应用领域，让他对这个新兴领域产生了浓厚兴趣。

那一次，樊飞通过在山东参与行业展会、技术交流研讨和行业协会活动来识别潜在伙伴，寻找合作伙伴、客户、投资者和配套生产商。研讨会上，一位老教授的发言深深触动了樊飞：“在中国，固态储氢结合小功率燃料电池的潜在应用市场无比广阔。从事固态储氢的同仁们，应当携手合作，发挥各自专长，共同开创美好未来。”

全球氢能产业链市场规模的预测数据令人振奋，预计到2030年将达到惊人的15万亿美元。国内京津冀、上海、广东、河南和河北等地的氢能产业也已经在全国范围内快速铺开。

更重要的是，目前不晚。中国的氢能发展尚处于初期阶段，各大城市都在积极布局氢能产业链，推动氢能技术的研发和应用。这一领域的广阔前景和巨大潜力让樊飞看到了新的创业机遇。他决定抓住这一机遇。

相比于第一次创业，樊飞深刻意识到，要在氢能领域取得成功，需要深入了解行业动态和技术趋势，还需要具备跨

界能力。因此，他开始潜下心来，积极学习相关知识，拓展人脉资源，寻找合适的合作伙伴和投资机会。考虑到氢能源是未来民生领域的重要应用方向，所以他首选的也是和市民密切相关的方向。

然而，氢能产业在发展过程中也面临着挑战。目前，国内氢能领域的补贴政策主要聚焦于商务汽车应用，有的省率先实施氢能车免费通行政策。在乘用车领域，氢能的应用仍受到诸多限制。加氢站的建设成本高且存在安全隐患，导致数量不足；氢罐的高压特性也增加了行驶过程中的风险；此外，氢能系统的造价成本较高，也限制了其普及程度。



樊飞再次创业布局氢能助力车



氢能助力车上的小功率燃料电池

## 3 重新选择赛道 深耕两轮车

单凭个人的力量，要撬动氢能源市场的从认识到实践的全过程是不可能的。于是，樊飞进一步深挖，看到了氢能两轮车的市场潜力。他形容：这是一个全新的赛道，与汽车领域截然不同。

新能源应用最大的“威胁”往往就是安全性。比如当下的锂电池电动车一旦发展到了瓶颈，这就是火灾隐患。恰恰氢能两轮车不仅能够有效规避汽车应用中的种种弊端，而且具有更为广泛的应用前景。从系统选择上来看，固态储氢技术以其低压、低危险性的优势，为氢能两轮车的应用提供了有力支持。在应用端产品上，氢能两轮车能够很好地满足市民出行需求，同时降低能源消耗和环境污染。在投资成本方面，小功率燃料电池的造价相对较低，使得氢能两轮车的推广更具经济效益。

因此，樊飞选择了从固态储氢搭配小功率燃料电池这一赛道切入，逐步拓展至更多的应用领域。目前，氢锋科技正在积极布局氢能助力车的共享业务，广州地区已经成功推出了首批产品，并收到了不错的反响。

但是，一切都只是万里长征的第一步。目前投入的氢能共享单车，还处于试水阶段，需要不断积累运营经验。在推出应用产品的同时，樊飞坚信，一定要站在消费者的的角度，关注他们的实际需求和痛点。例如，针对加氢难的问题，将积极寻求与加氢站建设方的合作，为消费者提供更加便捷的加氢服务；针对使用性价比低的问题，将不断优化产品设计和生产工艺，降低成本，提高产品的性价比。

未来，樊飞表示将继续深耕固态储氢与小功率燃料电池领域，并积极拓展氢能无人机等新兴市场。此外，“走出去”也是公司长期发展的战略目标之一。樊飞说，要积极寻求与国际氢能领域的合作与交流，将其产品及运营模式推广到海外市场。

2024年7月15日/星期一/经济新闻部主编/责编 周寿光 / 美编 温亮 / 校对 刘博宇

羊城晚报记者 黄颖琳

珠海国资将要“收编”老牌房企

# 大横琴集团“买买买”意欲何为？



“珠海地产三剑客”之一的世荣兆业，或将被珠海国资“收编”。近日，老牌民营房企世荣兆业(002016)发布公告称，珠海大横琴集团有限公司（以下简称“大横琴集团”）全资子公司珠海大横琴安居投资有限公司（以下简称“大横琴安居”）以20.83亿元的总价，通过司法拍卖竞得并控制该公司51%股份，且触发了全面要约收购。

时隔5天，大横琴集团又宣布增持建筑装饰龙头企业宝鹰股份2%股份。要注意的是，大横琴集团背后的大股东正是珠海市国资委，如此掀起“买买买”浪潮，到底意欲何为？

## 世荣兆业或将“易主”

近日，世荣兆业宣布，控股股东梁社增及其一致行动人梁家荣合计59644万股在京东网络司法拍卖平台上予以司法拍卖，占公司总股本比例为73.72%。其中，大横琴安居以20.83亿元的总价，通过司法拍卖竞得41264万股，占公司总股本51%，每股竞价得价约为5.05元。

若上述司法拍卖最终全部完成过户，世荣兆业控股股东及实际控制权将发生变更，大横琴安居将成为公司控股股东。羊城晚报记者查询企查查获悉，大横琴安居主要业务为保障性住房运营管理和服务，其控股股东大横琴集团是2009年4月成立的珠海市属国有企业，也是横琴粤澳深度合作区实体化运营最大的国有平台。值得注意的是，珠海市国资委是大横琴集团的大股东，持股比例高达90.21%。

事实上，在此次司法拍卖前，市场并无珠海国资要出手的风声传出。受这个预期外的消息刺激，公告发布的下一个交易



珠海横琴金融岛 新华社发

## “买买买”早有先例

权。以此计算，合计拥有宝鹰股份35.05%股份对应的表决权，成为公司控股股东。

就在最近，大横琴集团再次出手，采用部分要约收购的方式增持宝鹰股份的股份，以进一步提高持股比例，提振投资者信心。

今年6月21日，大横琴集团就已经披露了拟在未来6个月内增持不超过2%股份的增持计划。

紧接着在6月24日至7月9日期间，大横琴集团通过全资子公司大横琴股份(香港)有限公司管理的资产账户累计增持宝鹰股份3032.47万股(占公司总股本比例为2%)，累计增持金额4330.18万元(不含手续费)。至此，预计6个月完成的增持计划只用了12个交易日便已完成，大横琴集团拥有表决权的股份增加至37.05%。

有投资者留意到，大横琴集团旗下控股的A股上市公司将达

为了抄底地产行业或者市场吗？

“最主要还是出于对集团自身业务发展的一些需要。”该公司的相关工作人员向媒体回应称，无论是宝鹰股份还是世荣兆业，这些公司的主营与集团的业务均有一定的相关性；至于抄底中国房地产行业或者抄底A股市场，目前暂时没有这方面的考虑。

另有市场人士指出，近期大横琴集团在A股市场频频大动作，这或许与珠海国资委日前要求的提高国有资产管理水平、助力国有资产保值增值有关。

据珠海市人民政府官网信息，珠海市国资委近日召开了市属国有企业控股上市公司国有股东代表集体谈话会议。其中提到，国有控股上市公司是国有体系的重要组成部分，在资本市场中发挥着示范引领作用。比如，推动上市平台优化布局和发挥功能，提升国有资产运营效率；强化上市公司内生增长和创新发展，提升综合管理水平等。

## 小卡牌卖出了“天价”

专家提醒：保持理性

最近，影视IP授权与衍生周边产品火了。今年影视周边及衍生品中，最火的品类莫过于卡牌。在剧集热度和营销的加持下，“抽卡”这一现实和虚拟相结合的衍生品类不再局限于爆款手游，而是深入影视剧集之中。《中国证券报》记者在二手交易平台看到，《庆余年第二季》衍生卡牌产品最高售价达52万元。

事实上，一边是粉丝周边、衍生品众筹，一边是跨界联名火爆，在粉丝经济的加持下，影视周边和衍生品早已成为热门影视剧的标配，影视平台和联名方也在粉丝经济和剧集热度的加持下赚得盆满钵满。在此基础上，业内人士分析认为，影视行业需打造出高质量的影视作品，进而将其塑造为具有辨识度的品牌与系列化产品，在此基础上再逐步培养并强化衍生品开发的战略意识。

而对于动不动标出“天价”的卡牌产品，有业内人士表示，无论卡面内容是什么，售卖形式如何变化，都是一场资本的游戏。卡牌本身并不具备明确价值，其价值是二级市场赋予的。目前，国内卡牌产业仍存在一些突出的问题，包括无序的定价体系、缺少规范的交易渠道、缺少监管的交易资金、缺少公正的二手卡牌鉴定等。消费者需要理性对待卡牌的购买和收集。

以近期热播的《庆余年第二季》为例，某衍生卡牌单品在抖音直播平台就有1500万元的销售额。记者在社交媒体上看到，时至今日仍有不少人在线上平台交易上述卡牌。二手交易平台上，《庆余年》相关卡片册最高售价高达52万元，已有5人想要。此外，还有不少售价2000元—10000元的卡牌册相关产品。

二手车交易平台业内人士分析认为，卡牌类周边在2024年赫然成为爆款热播影视剧IP的标配，销售额可高达500万至1500万元，如果这一品类可以长期持续，势必能够继续抬高当下单剧影集之中的销售天花板。在此基础上，不少视频平台在卡牌类产品上也开始布局。

以腾讯视频为例，其在去年年底上线“小卡商城”板块，为《梦华录》《很想很想你》《长相思第一季》《春色撩人》等爆款热剧推出自营卡牌，《与凤行》《庆余年第二季》的卡牌则与Hitcard品牌合作，都是线上抽卡与线下邮寄实物相结合的模式。优酷则在剧集《花间令》热度下初尝卡牌在线抽卡模式，线上抽取数字卡牌、线下与墨卡文化联动邮寄实体卡牌的虚实结合玩法颇受欢迎，上线后24小时销量达到10万张；爱奇艺在《莲花灯》时期推出卡牌，正在播出的《颜心计》也同步了线上抽卡，内含“满赠”的福利活动。阅文集团作为上游IP所属方，也推出了“阅文好物”这一衍生品官方品牌，今年发力卡牌品类后，除了爆款剧《与凤行》《庆余年第二季》之外，《全职高手》卡牌也成了直播间爆款。

随着卡牌的火爆，一些规范问题也随之而来。由于卡牌产品本身具有的随机性，其是否应该遵循与盲盒一样的监管规则？在卡牌销量激增的背后，又该如何预防黄牛泛滥、坐地起价？业内人士认为，行业需要严格规范经销商、分销商及终端销售门店制度。而随着行业监管的逐步完善，头部品牌的示范及消费者教育观念、法律意识的不断提升，卡牌行业将进入一个更加规范高效的发展新时期。（钟正）