

首批“双资质”新能源车企长江汽车申请破产 造车新势力正演绎冰火两重天

■本报记者 龚梦泽

造车新势力的窗口期正在逐渐关闭,然而大部分造车新势力仍处于产品小批量交付阶段。蔚来汽车董事长李斌的话来形容,新创车企已经从“组队集训”过渡到了“资格赛”阶段。此前,小鹏汽车副董事长兼总裁顾宏地对《证券日报》记者透露的“现在号称300多家造车新势力企业里面,真正活下来的可能一只手上不下”的预判,正加速上演。

刚刚进入11月份,位于第一阵营的4家造车新势力企业就迫不及待地交出了10月份销量答卷。据《证券日报》记者查阅数据显示,10月份蔚来汽车首次突破单月产销5000辆的大关,交付销量攀升至5055辆,同比大涨100.1%。今年前十个月,蔚来累计交付31430辆,同比上涨111.4%;威马、小鹏和理想汽车10月份销量也分别突破了3000辆。

然而,与上述“活下来且活得好的”造车新势力形成强烈反差的是,又一家手握新能源汽车生产资质的车企宣告破产。近日,杭州市余杭区人民法院发布的破产文书显示,杭州长江汽车有限公司(以下简称长江汽车)的破产清算申请已被正式受理。

事实上,由于缺乏造车经验等诸多原因,长江EV迟迟未能实现大批生产销售,此后长江汽车长期“静默”,直到这次破产清算才重新进入公众的视野。

长江汽车负债30亿元 首批“双资质”车企遭遇破产

根据杭州市中级人民法院发布的裁定书内容显示,长江汽车公司自认对外负债本金近30亿元、利息1亿余元,拖欠2019年12月份以来的职工工资约4000万元。

《证券日报》记者注意到,截至2020年7月28日,另有105件以长江汽车公司为被执行人的案件尚未履行,申请执行标的约2.66亿元;以长江汽车公司为被告的未结诉讼案件34件,立案标的约9.45亿元。

早在4年前,国内新能源汽车的发展方兴未艾,恰逢汽车智能化、网联化、共享化、电动化“四化”浪潮来袭,数百家新能源车企如雨后春笋般出现。2016年4月份,长江汽车发布电动车品牌“长江EV”,成为国内最早一批获得发改委批文的新能源车企;2017年12月份,在工信部公示第302批《道路机动车辆生产企业及产品公告》中,长江汽车首款车型登记在册,成为早期手握“双资质”的新能源造车企业。

紧接着,长江汽车杭州工厂正式投产,一期年产能10万辆,二期年产能30万辆。更为轰动的是,2017年长江汽车大手笔将时任沃尔沃中国CEO的童志远招致加盟,并成为国内首家大批量向美国市场出口高端电动物流车的车企。同年,长江汽车还拿下了总额过亿元的500辆电动商用车订单。

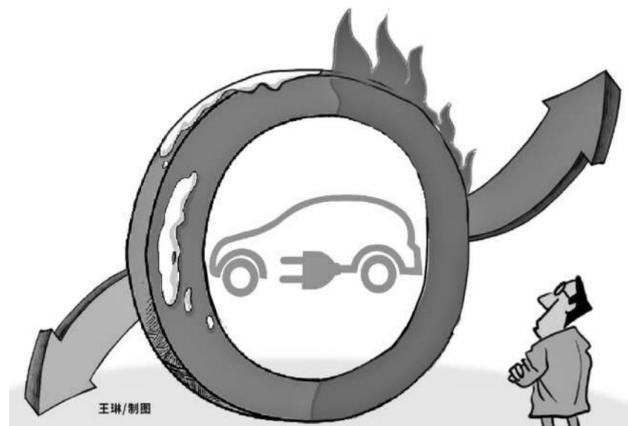
然而,由于缺乏造车经验等诸多原因,长江EV始终未能实现大批生产销售,直到2018年才在北京车展上亮相三款概念车。《证券日报》记者登陆长江汽车官网查询,目前其旗下共有四款车型,包含“奕阁”、“奕胜”、“益众”、“逸酷”,其中前三款为电动商用车。

从2018年下半年开始,随着补贴退坡与市场需求下降,长江汽车开始传出资金紧张的消息,并长期深陷欠薪风波。有长江汽车员工向记者反映,截至今年10月份长江汽车已欠薪长达11个月之久,外加合同约定的“13薪”,共计14个月。对方还透露,公司会定期每周发布一则《居家等待通知》。

据记者了解,在此之前,长江汽车类似的《居家等待通知》已至少发布8次,最近一次是于10月23日发布。每则通知的内容基本一致,均为“因交接工作仍在进行,因此决定全体员工继续居家等待进一步通知”。在苦撑两年后,长江汽车还是选择了破产。

车市奏响“冰与火之歌” 造车新势力窗口期快速关闭

事实上,长江汽车的经营败退并非



个案,而是国内造车新势力现状的一个缩影。今年以来,博郡汽车、赛麟汽车、拜腾汽车等造车新势力,接连宣布暂停运营或放弃造车。

今年2月份,爱驰汽车表示受疫情和车市下滑等因素影响,取消2019年年终奖金发放;5月份,博郡汽车被曝出与部分员工签订待岗协议书。在变卖所有厂房和土地后,开始出售车型平台和知识产权等核心技术弥补工资漏洞;赛麟汽车在南通如皋的工厂,上海分公司被直接查封;拜腾汽车则从7月1日起暂停中国内地业务运营,仅有小部分员工留守,维持公司最基本的职能运转。

2020年已成为造车新势力的分水岭。一方面,疫情影响下新势力车企举步维艰。早期造车新势力遭遇倒闭潮;另一方面,头部造车新势力逐渐占据市场份额。截至今年5月份,以蔚来、小鹏、威马为代表的新势力车企合计销量占国内纯电汽车销量份额,已由去年的6%升至15%,以较高的速度成长为国内新能源市场的重要组成部分。

“第一梯队的品牌已经在消费者心中树立了一个良好的形象。从社群推广的角度来说,第一批消费造车新势力

的人起到很好的推广作用,并影响身边的兴趣群体去购买。”新浪财经专栏作家林示对《证券日报》记者表示,随着一线品牌踩准风口,提前完成了产品矩阵的布局。它们已经通过批量交付的考验,接下来比拼的就是融资途径和融资速度了,包括通过上市融资或寻求政府或外部合作等。

11月份伊始,上述头部造车新势力车企迫不及待地公布了10月份的销量。其中,蔚来汽车在9月份创下4708辆的销量,同比增长100.1%。紧随其后的威马汽车销量达3003辆,同比增长46.1%,并连续8个月实现环比上涨;小鹏汽车销量3040辆,同比增长229%;理想汽车10月份交付量3692辆,连续三个月刷新单月交付量纪录,1月份—10月份已累计交付21852辆。

“国内造车新势力已呈现出清晰的格局,蔚来、小鹏、理想、威马这4家造车新势力企业已通过量产万辆的阶段性考验。”林示表示,目前背景下,机构投资者以及消费者更加关注头部企业的发展情况,市场表现平平的量产企业和未量产交付的造车新势力窗口期接近关闭,市场压力空前巨大。

城市道路智慧运维业务再提速 达刚控股将首次落子上海

■本报记者 殷高峰

达刚控股的城市道路智慧运维业务将再落一子。

11月4日晚间,达刚控股发布公告称,公司与上海长兴岛开发建设有限公司于11月3日签订了《战略合作框架协议》,双方拟在上海长兴岛开发建设区域内开展道路智慧运维养护托管及技术服务等合作项目合作。

“此次合作签订并实施后,将是公司城市道路智慧运维管理规划在上海市区的首次落地。”达刚控股副总裁、董秘韦尔奇告诉《证券日报》记者,此次合作符合公司的整体发展战略,对深化公司产业布局 and 落实中长期发展战略规划具有重要意义。

将首次落子上海

目前,达刚控股已经在陕西渭南、江苏无锡落地该业务。9月30日,公司又与湖北省保康县政府及相关主体签订协议,共同推进和落实在市政道路智慧运维、巡查、检测及评价、市政道路工程代建管理、市政道路养护等领域的业务合作。

10月份以来,达刚控股城市道路智慧运维管理战略规划持续突破。先后与中恒环境、百利商贸签订战略合作框架协议,同时,达刚控股全资孙公司中标西安市高新区近900万元城市智慧运维业务订单。“该订单将产生独特的示范效应,并对公司年度经营业绩产生积极影响。”韦尔奇表示。

对于此次在上海的布局,公告显示,合作双方拟在上海长兴岛开发建设范围内,就道路智慧运维托管、智慧园区建设、市政道路建设、道路养护施工、全过程施工管理、新型路面材料研发生产销售等多方面进行交流与合作。该系列项目的实施,将会大幅提升上海长兴岛范围内市政道路建设、养护的质量和效率,有效降低市政道路全生命周期的建设、运维成本,为上海长兴岛智慧城市建设奠定坚实的基础。

“城市道路智慧运维管理是公司重点打造的业务板块,达刚智慧运维的核心理念就是将城市道路当成资产来进行精细化管理。”韦尔奇告诉《证券日报》记者,达刚

路资产智慧运维系统,可以在第一时间把道路资产中的病害和痛点收入城市道路“数据大脑”中,结合物联网、5G、GIS、BIM等先进技术,对道路资产全生命周期养护进行高效精细化管理,此项业务能节省城市道路年度管养预算15%—25%。

加速智慧运维全国布局

关于达刚控股的战略转型,达刚控股总裁傅建平对《证券日报》表示,核心就是打造“高端路面装备研制+城市道路智慧运维管理+危废固废综合回收利用”三轮驱动的协同发展格局。

达刚控股运维业务在2019年8月份正式启动,仅仅一年多点的时间就取得了突飞猛进的发展。如今,陕西渭南、江苏无锡等地区道路智慧运维项目相继落地,河北保定、广东深圳以及上海等地区项目的持续开拓,为达刚控股的运维事业打下坚实的基础,业务升级成效渐显。

达刚控股日前发布的三季报显示,尽管受到疫情影响,今年前三季度达刚控股仍取得了实现营收9.13亿元,同比增长23.68%;归属于上市公司股东的净利润5634.83万元,同比增长62.61%的好成绩。

对于业绩的增长,公告显示,主要系报告期内公司城市智慧运维板块、环保板块利润增加所致。“城市道路养护成本已经成为城市维持高速发展与市民安全出行必须首先考虑的因素,与此同时,国家‘新基建’发展战略的部署与启动,这些都为相关产业的发展带来了机遇。”西安工程大学副教授王铁山对《证券日报》记者表示,在这次疫情期间,公路的智能化养护是养护单位复工复产的重要举措,“新基建将进一步推动信息基础设施的建设,加速各行业数字化转型”。

在此形势下,不久前,达刚控股与渭南市政府签约投资建设渭南总部基地与道路资产大数据中心建设项目,旨在实现智慧运维全国布局。

“达刚控股一直秉持着‘让城市更美好’的发展理念,调整企业发展思维,丰富企业竞争维度,激活企业市场活力,不断整合行业头部优势,向实现千亿元达刚之路迈进。”傅建平在谈及公司前景时充满信心。

聚焦区域三季报

甘肃33家上市公司前三季度总营收1240亿元 逾七成企业实现盈利

■本报记者 刘欢

随着上市公司三季报披露完毕,甘肃33家上市公司也全部交出了“季考”成绩单。

《证券日报》记者据同花顺iFinD数据统计,甘肃上市公司前三季度合计实现营业收入1239.78亿元,归属于上市公司股东的净利润50.49亿元。其中,有26家企业实现盈利,占比为78.79%,14家公司归属于上市公司股东的净利润同比实现正增长,占比为42.42%。

逾七成上市公司实现盈利

从净利润来看,上峰水泥继续占据第一的位置,以15.14亿元成为2020年三季度甘肃上市公司的“盈利王”。盈利规模排在第二至第五位的分别是祁连山(14.48亿元)、甘肃建投(4.82亿元)、华天科技(4.47亿元)和方大炭素(4亿元)。靖远煤电、酒钢宏兴、中核核

白、甘咨询、金徽酒分别以3.82亿元、3.58亿元、3.56亿元、2.14亿元、1.59亿元位列甘肃上市公司盈利榜第六至第十位。

从营收规模来看,2020年前三季度,甘肃上市公司共有18家营业收入规模超过20亿元。其中,白银有色和酒钢宏兴前三季度分别实现营业收入470.07亿元、265.83亿元排名前两位,是甘肃仅有的两家营收突破百亿元的上市公司。“ST银亿、祁连山、华天科技分别以62.76亿元、60.17亿元、59.17亿元分列第三至第五位。

33家上市公司中,有14家公司前三季度归属于上市公司股东的净利润同比实现正增长,占比为42.42%。其中,有8家公司归属于上市公司股东的净利润同比增幅超过100%,较上半年增加2家。亚太实业、蓝科高新、*ST敦种、众兴菌业、华天科技分别以416.53%、346.79%、324.34%、205.92%、166.93%的增幅排名前五位。

从净利润降幅来看,海默科技以

1185.1%的同比降幅垫底,是甘肃上市公司亏损榜上排名第二的公司,前三季度亏损6.01亿元。

部分公司业绩表现亮眼

在多家净利润增长的企业中,“销量增加”“价格上涨”“订单饱满”成为其三季度业绩增长的主要原因。

祁连山前三季度实现营业收入60.17亿元,同比增长15.28%;归属于上市公司股东的净利润14.48亿元,同比增长38.99%。对于业绩增长的原因,祁连山表示,报告期内产品销量同比增加、售价同比上涨;同时,公司加强成本费用管控,提升生产运行效率,致使产品成本同比下降。

卓创资讯水泥行业分析师王琦接受《证券日报》记者采访时表示:“祁连山处于西北地区,受雨水影响相对较小,同时西部地区在传统基建方面的增长明显,基建需求的上升拉动价格的上涨,公司业绩实现

稳定增长。”

众兴菌业前三季度实现营业收入10.34亿元,同比增长34.67%;归属于上市公司股东的净利润1.21亿元,同比增长205.92%。对比公司去年净利润6840.38万元,今年前三季度净利润已超去年全年。其中,公司第三季度实现营业收入4.01亿元,同比增长54.84%;归属于上市公司股东的净利润6449.44万元,同比增长735.94%。

众兴菌业相关负责人接受《证券日报》记者采访时表示:“今年前三季度尤其是第三季度,公司金针菇产品销售价格好于上年同期;公司部分在建项目陆续投产,食用菌产销量增加。”

华天科技前三季度实现营业收入59.17亿元,同比下降3.1%;归属于上市公司股东的净利润4.47亿元,同比增长166.9%。对于业绩增长的原因,公司表示:“受益于国产替代加速,2020年前三季度集成电路市场景气度较2019年同期大幅提升,公司订单饱满。”

贵州茅台电商平台预约抢购火爆 业内专家预计未来直营渠道投放量加大

■本报记者 王鹤

今年“双11”提前启幕,从历年的11月11日提前至11月1日。向来“一瓶难求”的53度飞天茅台,日前以1499元/瓶的价格在贵州茅台京东自营店采用预约抢购方式进行销售。

根据京东平台的预约抢购规则,只有完成实名认证的PLUS正式会员才有预约和抢购飞天茅台的资格,且数量有限,以系统抢购结果为准,不能保证所有用户都能抢购成功。

为避免囤积货物,同一个PLUS正式会员每次可购买1瓶—2瓶,30天内最多购买两瓶。

《证券日报》记者发现,京东发起的53度飞天茅台预约抢购活动,正式PLUS会员需在每日10时30分开始预约,次日上午10时开始抢购,10时30分结束抢购。

京东App数据显示,从11月4日10时30分至11月5日10时,有近30万人

在预约购买53度飞天茅台。

53度飞天茅台遭疯抢

除京东平台外,其他电商平台如天猫超市、苏宁易购、网易严选等均开启53度飞天茅台预约抢购活动。回顾去年的“双11”,茅台同样备受追捧。据公开报道,价格为1499元/瓶的数万瓶53度飞天茅台在投放的一瞬间被抢空。

对此现象,知趣咨询总经理、酒类营销专家蔡学飞告诉《证券日报》记者:“由于茅台的强大品牌号召力,以及飞天茅台较高的差价,已经成为许多平台的引流工具,同时考虑到飞天茅台的长期稀缺性,因而预约制一方面可以协助电商平台在‘双11’这种促销节点获取流量,另一方面也可以在一定程度上缓解市场紧缺状态,是一种常规方法。”

相比电商平台1499元/瓶的预约抢购价格,53度飞天茅台的零售价近段时

间虽有所回落,但仍处于较高位置。东方财富App显示,10月底,53度飞天茅台的零售价为3179元/瓶,截至11月4日,53度飞天茅台的零售价为3159元/瓶。

但无论是以茅台划定的1499元/瓶建议零售价预约抢购,还是以零售价购买,飞天茅台“一瓶难求”似乎已成常态。

直销化渠道变革成效初显

近年来,贵州茅台也在试图通过加强直营渠道、削减经销商等方式来加强其对价格的管控。

自2019年4月份开始,贵州茅台接连发布招标公告,面向全国商超、卖场、电商进行公开招商,随后物美、华润万家、大润发、天猫、苏宁易购成为首批获得与贵州茅台直接合作的企业。

“目前茅台的渠道改革是有一定效果的。”江瀚对记者表示。根据贵州茅台最新发布的三季报,今年前9个月,直销渠道对整体营收贡献占比达12.55%,

而在上一年这一比例仅为5%左右。此外,截至9月底贵州茅台的国内经销商数量为2049个,年内减少342个。

蔡学飞表示,直营化一方面可以提高茅台对于渠道的价格管控,另一方面由于不同的供货体系,可以提高企业利润,最重要的是直营化可以打击中间商,对于终端产品价格起到一定的平抑作用。

谈及未来茅台的渠道布局走向,中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示:“自李保芳上任之后,贵州茅台加大了直营渠道的投放量,主要的作用是在制衡、制约经销商的暴利。从趋势来看,未来整个直营渠道的投放量会更大。”

“对于茅台来说,未来肯定是想提升自己对于渠道的控制能力。从这个角度出发,之前大量以线下经销商为核心的体系,可能会越来越多地向直营体系转移,预计未来茅台的销售渠道会发生较大变化。”盘古智库高级研究员江瀚告诉《证券日报》记者。

“双11”包裹是如何当日送达的? 宝尊电商科技赋能助“燃”购物节

■本报记者 谢若琳

今年加长版的“双11”购物节狂欢正酣,电商赛道的投资机会再获资本关注。也正是基于线上消费红利,促使电商基建行业加速发展,年内多家相关公司登陆资本市场,其中包括9月29日在香港联交所主板挂牌的宝尊电商。

这是宝尊电商的二次上市,早在2015年宝尊电商就登陆纳斯达克,在过去的5年中,公司股价涨了356%。日前,在2020年“100家增长最快的公司”排行榜中,国内两家电商企业入榜,分别是阿里巴巴和宝尊电商。

作为一家B2B2C的企业,宝尊电商并不为普通消费者所熟知。资料显示,宝尊电商的主营业务是提供品牌电商服务,主要是指第三方服务商为品牌方提供的包括运营、IT、营销、仓储物流、客户服务等等综合的电子商务服务。按业务模式来分,宝尊电商的收入可分为经销模式(消费者购买产生GMV带来营收)、服务费模式及寄售模式(向品牌方提供服务)三种。

那么,品牌电商服务商的核心竞争力在哪里?一位专注于电商行业的券商分析师在接受《证券日报》记者采访时表示,目前服务商运营模式分为经销及服务两种,宝尊电商稳居行业龙头,核心竞争力有两点:一是公司采用全渠道、一站式、全链路服务,构建起稳固的护城河。

根据艾瑞咨询资料显示,宝尊电商2019年按GMV计占7.9%市场份额,目前是中国唯一一家不仅在整个电商价值链上提供全方位服务,而且在全渠道上提供更多样化产品类别的公司。据其招股书显

示,截至2019年底,宝尊电商合作品牌有231家,其中15家是BrandZ全球品牌价值榜排名前50企业。

二是科技赋能,宝尊电商重视技术研发。公司研发技术与内容支出由2017年的1.41亿元增至2019年的3.93亿元。“上述分析师表示。

2016年7月份,宝尊电商为提供仓储及物流解决方案,成立宝通易捷。2017年6月份,公司对技术创新中心全面升级,专注于增强IT能力,发展云操作平台、品牌电商大数据分析工具等技术。2018年,公司开始在面向交易的平台之上开发智能运营平台ROSS,并已部署多项基于ROSS的功能和模块以提高日常网店运营效率。2019年升级至混合云基础架构的宝尊云,增强了公司的存储及运算能力。截至2020年6月30日,宝尊电商拥有100项与运营各个方面相关的软件程序的版权。

2018年研发的ROSS系统是无为关键的一项内容,该系统每小时可以自动处理400万以上的订单规模,在“双11”中表现十分抢眼。同时,宝尊电商的一站式服务,又决定了其后的仓储物流环节处于自身掌控中,极大的提高了物流效率。所以今年双十一期间,用户11月1日付好尾款当日,就可以收到货品。

从财务情况来看,今年二季度,宝尊电商运营利润同比增长87.2%,运营利润率达到7.5%,去年同期为5%;毛利率64%,创历史新高。

“只有技术创新才能不断抬高行业的天花板,给予品牌更多的效率和降低更多的成本,回归品牌电商服务行业的根本。”上述分析师如是说。