

聚焦新能源汽车

互联网巨头逐鹿智能汽车 百度造车先声夺人胜算几何？

■本报记者 谢若琳

1月11日，百度宣布正式组建一家智能汽车公司，以整车制造商的身份进军汽车行业，吉利控股集团将成为新公司的战略合作伙伴。

下一步双方将基于吉利最新研发的全球领先纯电动架构——浩瀚SEA智能进化体验架构，在智能汽车制造相关领域展开紧密合作，共同打造下一代智能汽车。

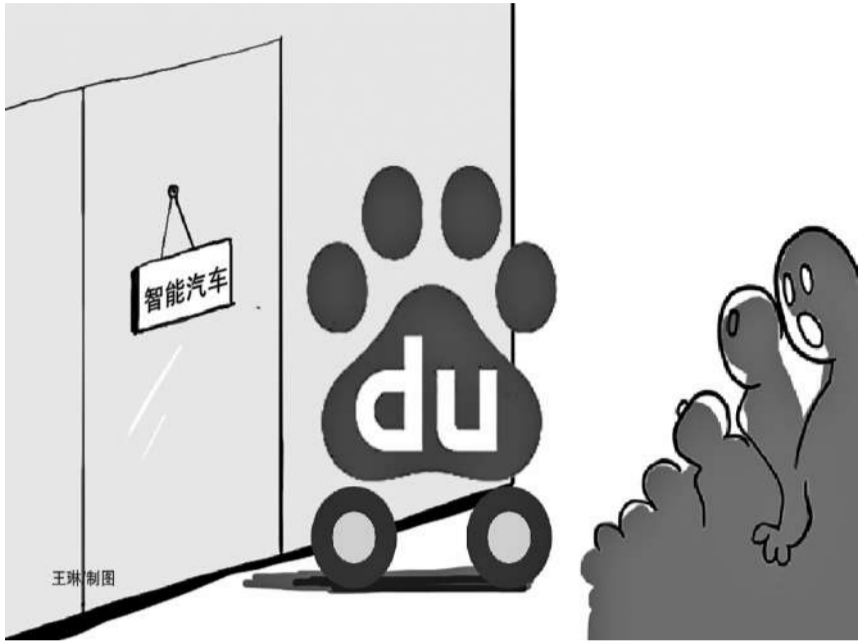
新组建的百度汽车公司将独立于母公司体系，面向乘用车市场保持自主运营。该公司将由百度发起主导，百度拥有绝对控股权，吉利控股集团是目前除百度外的唯一投资方。

此前，“百度造车”的消息已经在业内传出，在百度官宣的同一个交易日，公司股价已经大涨15.57%。

“百度在智能驾驶领域一直是全球领先的，但这个行业尚未有明确的落地者，百度、谷歌都是第一批‘吃螃蟹’的公司，未来落地的汽车是什么样，会带来怎样的变革，会不会颠覆传统汽车行业，如今谁都无法预料，可以肯定的是，智能汽车是全球互联网巨头们都希望探索的发展方向，谷歌也处于探索试验阶段。”一位专注于汽车行业的券商分析师在接受《证券日报》记者采访时表示。

抢占智能汽车入口

据悉，百度汽车公司首款车型将基于吉利最新研发的纯电动SEA浩瀚智能进化体验架构与百度Apollo的智能技术



术打造。同时百度将人工智能、Apollo自动驾驶、小度车载、百度地图等核心技术全面赋能汽车公司。

百度方面表示，新成立的汽车公司与Apollo，是百度整体布局交通、科技战略的一部分。

Apollo将继续坚持开放平台路线，帮助车企合作伙伴们“造好车”，百度的汽车公司也会成为百度Apollo的深度合作伙伴。

“百度汽车公司将着眼于智能汽车的设计研发、生产制造、销售服务全产业链，传承百度强大的人工智能、互联网科技基因，利用Apollo领先的自动驾驶能力，发挥在汽车智能化领域长达8

年的经验优势，重塑智能汽车产品形态，成为智能出行时代的变革者。”百度方面补充道。

一位不愿具名的传统车企高管在接受《证券日报》记者采访时表示，“百度造车，还是以绝对控股的模式进行，看起来更像是‘软件定义汽车’的实践。”

“从股权结构来看，百度绝对控股，让吉利参股的目的是让其代工，而吉利就是押注百度造车有更好的未来。”新浪财经专栏作家林示对记者表示，以中国品牌来说，ET7的售价无疑相当高。但实际了解后，就会发现它不管是尺寸、续航、动力，尤其是智能化配置，堪称超越世代，无愧于旗舰的称号。

蔚来董事长李斌：

苹果将成为更长期竞争对手

■本报记者 龚梦泽

当有的汽车企业还在踟躇智能汽车时代是智能和汽车孰轻孰重之时，作为年轻的中国车企，蔚来汽车正在用硬科技实力展现对未来的思考。

就像4年前一样，1月9日的2021年的NIO DAY上，蔚来创始人、董事长兼CEO李斌又一次产品先行，推出了首款智能电动旗舰轿车ET7。按李斌的说法，这是一辆新技术彻底都到位的车，是把想象变成现实的智能电动旗舰轿车。

李斌希望，ET7能够无限接近智能汽车终极产品形态，能够成为行业新起点和一个标准，像苹果手机一样宣告一个时代的来临。

在采访中，李斌也首次提到了与苹果之间的关系。他认为，蔚来这个品牌短期来看竞争对手BBA(奔驰、宝马、奥迪)，但长期看苹果将是更长期的一个竞争对手。因为在定义人文与科技的方向上，蔚来和苹果当前在数码领域的思路是一致的。

高配高定价反成“护城河”

据了解，蔚来首款轿车ET7补贴前起售价为44.8万元，预计2022年第一季度交付。新车ET7搭载最新自动驾驶技术NAD和全新150kWh固态电池，续航里程超过1000km。

从传感器配置和算力看，蔚来还在贯彻高举高打的风格。毫无疑问，ET7在试图冲破智能汽车怪圈，把激光雷达和固态电池量产成为可能，让辅助驾驶到自动驾驶成为可能。

这也意味着，蔚来在自动驾驶路线上采取了与特斯拉截然相反的技术路线——特斯拉采用成本较低的视觉路线，而蔚来则坚定应用成本较高的激光雷达解决方案。

“蔚来采用了一步到位的方式。其实给了整个行业一个明确的信号，就是从辅助驾驶到自动驾驶，需要到什么样的标准。让大家知道AD(自动驾驶)这条路应该往哪个方向去走。”李斌在接受《证券日报》记者采访时表示，自动驾驶算力即将进入爆炸时期，如果没有提前量的话，将来会比较被动。此次ET7的推出算是给激光雷达一个量产的机会，也让蔚来获得一次引领行业的先机。

对此，蔚来联合创始人、总裁秦力洪亦表示，蔚来希望ET7对将来自动驾驶的构成、零部件的阵容来设定一个标准，“大家都用，标准才有意义。我们希望面向将来的自动驾驶，所有的厂家和车型都会有类似这样的配置。”秦力洪认为，当感知、决策、控制三个方面都达到一定的水平，自动驾驶才会成为可能。

“ET7的配置清单，绝对可以称得上是蔚来近些年最重磅的技术运用，同时帮助这支品牌走上了性能派的道路。”新浪财经专栏作家林示对记者表示，以中国品牌来说，ET7的售价无疑相当高。但实际了解后，就会发现它不管是尺寸、续航、动力，尤其是智能化配置，堪称超越世代，无愧于旗舰的称号。

在林示看来，也正是由于蔚来高端品牌的定位，使其在利润覆盖之下可以最大程度地提升配置级别和智能化装配。这样不仅可以持续保持产品的强大竞争力，同时更输出了带动行业向上的影响力。

未来竞争对手锁定苹果

谈及蔚来，终究绕不开对标特斯拉的话题。

“如果你看我们的使命，我们希望让越来越多的人喜欢上智能电动汽车，并不是让每个人都买得起我们的车，这是做不到的。从中短期，我们让BBA的油车用户更多考虑智能电动汽车。”蔚来创始人、董事长兼CEO李斌称，如果真的有和特斯拉去竞争的话，应该是和Model X竞争，即使ES8、ES6也是和Model X竞争。

谈及Model Y，李斌回答记者提问：“我觉得Model Y应该叫Model 3GT应

移动入口。

智能汽车不仅是汽车智能化

2020年以来，“智”变引起量变的一年，新能源汽车概念在资本市场备受追捧，过去的一年中，蔚来汽车在二级市场涨幅达1112.44%，理想汽车、小鹏汽车相继上市，截至2020年12月31日股价涨幅也分别达到86%、185%。这三家在纳斯达克驰骋的新能源汽车公司，也被业内称为造车新势力“三剑客”。

汽车行业知名分析师贾新光在接受《证券日报》记者采访时表示，百度造车与“三剑客”不同，百度有自己的核心技术，特别是智能汽车的“算法”，其无人驾驶技术居世界前列。但是智能汽车不仅仅是车本身的智能化，还需要智慧城市、智能交通系统、车联网、高精度导航地图等。”

事实上，百度2013年开始布局自动驾驶，2017年推出全球首个自动驾驶开放平台Apollo。经过3年多的发展，百度Apollo已形成自动驾驶、智能交通、智能车联三大开放平台，拥有全球生态合作伙伴210家，汇聚全球开发者55000名，从自动驾驶领域扩展到整个智能交通体系。

2020年4月9日，百度Apollo正式对外发布“ACE智能交通”方案。ACE分别代表了Autonomous Driving自动驾驶、Connected Road车路协同、Efficient Mobility高效出行。

在2020年Apollo生态大会上，Apollo展示了无人驾驶技术。去年12月7日，Apollo已独家获得北京无人自动驾驶测试许可，在北京、长沙两地无人自动驾驶测试里程已超过5.2万公里。

该更准确，不应该把它归类到SUV。它确实不是SUV，也不是按照SUV的角度去做的设计。”

李斌表示，蔚来EC6与特斯拉Model Y相比仍有差异化优势。“第一，我们所有的车都是双电机，Model Y和Model 3都是单电机；第二，我们是可换电的，可以车电分离，换电有一定的优势。”他认为，虽然特斯拉与蔚来汽车存在竞争关系，但事实上，目前电动车在整体乘用车市场规模依旧较小，当下的首要任务仍然是提升市场规模。

此外，在换电与电池包更新方面，蔚来此次还发布了150kWh电池固态锂电池技术，实现50%的能量密度提升。对此，李斌强调道：“目前采用的并非全固态，还是带有液体。全固态电池的量产还是很远的事情，原因是目前固态电池的制造需求很低，在当前有其他技术可行的情况下用户与车企都不会买单。不会争首个固态电池这个噱头。”

“固态电池和激光雷达都需要一个机会去量产，但是像车用的大规模的量产需要有人去启动它。大部分车企没有动力去量产，因为他们的车电是一体的。但是蔚来不一样，采用车电分离，电池可以独立迭代，这样就有动力去更新电池技术。我相信这将把整个行业车上量产的时间至少提早1年-2年。”李斌表示。

ST亚星易主潍坊国资后欲“饮下”景芝酒业 鲁酒借力资本赋能谋突围？

■本报记者 王 僊

1月10日晚，陷入困境一直寻求控制权变更和业务转型的ST亚星，迎来转机。随着潍坊市城投集团接受表决权委托，潍坊市国资委正式入主ST亚星，成为股权结构分散的ST亚星的实控人。与此同时，ST亚星还公告称正筹划拿下山东景芝酒业股份有限公司(简称“景芝酒业”)白酒业务资产的控制权。

目前白酒股火热，拟装入白酒资产的ST亚星也在1月11日开盘即封涨停。中国食品产业分析师朱丹蓬在接受《证券日报》记者采访时表示，这两年ST亚星发展不理想，这次潍坊国资出手、上市企业自救，瞄准处于红利的白酒业务，希望将其作为上市公司一个多元化的方向，同时，朱丹蓬认为，此举也为向来“大而不强”的鲁酒提供了一种借鉴，就是借资本市场赋能，去增强自身的抗风险能力。

重组受挫屡败屡战

ST亚星这两年一直在逆境中挣扎。公司原本主营氯化聚乙烯(CPE)、烧碱、ADC发泡剂、水合肼等生产及销售，然而近年来，公司所处行业竞争激

烈，随着国家环保政策日趋严格，公司生产成本控制压力不断加大，对冲了部分市场竞争优势。特别是2019年10月31日，公司生产厂区实施搬迁关停，处于“空档期”的公司被实施风险警示后，也开启了其寻求自救的求索之路。

一年之前的2020年1月14日，公司公告重组预案，拟置入力诺集团旗下的医药板块，即“老字号”宏济堂和科源制药，以实现上市公司主营业务的转型。只是，筹划半年之久，由于交易各方对本次重组的交易价格、业绩承诺及补偿等核心事项未能达成一致，这次重组以失败告终。

此后，股权结构较为分散的ST亚星，继续筹划控制权变更，这次出手的是潍坊市城投集团。根据相关公告，潍坊市城投集团先是于2020年11月12日，以最高价1.97亿元拍得了公司原第二大东光耀东方持有的公司无限售条件流通股4000万股股票，后又于2021年1月8日，与第四大股东亚星集团签署表决权委托协议，亚星集团将其持有的公司非限售流通股共计2693.27万股股份(占公司总股本的8.53%)对应的表决权无条件且不可撤销的委托给潍坊市城投集团行使，由此，ST亚星控股股东变更为潍坊市城投集团，公司实控人变更为潍坊市国资委。相关公告中，潍

坊市城投集团称，计划取得上市公司控制权后，通过整合相关产业资源推动上市公司主营业务转型升级，助力上市公司改善经营能力，实现高质量发展。

而ST亚星与实控人变更公告同步抛出的拟以现金收购景芝酒业白酒业务控制权的公告，使得上市公司的重大资产重组进一步明朗。

“ST亚星这两年陷入困局，特别在整体搬迁之后，又出现空档期，在此节点上如何保证上市公司的利润？保持股民的黏性？支撑地方经济？这次潍坊市国资出手就是一种模式，而处于红利的中国白酒成为了ST亚星业务多元化的一个方向。”朱丹蓬对《证券日报》记者说。

借力资本鲁酒筹划“突围”

同样身处潍坊的景芝酒业，被称作“山东白酒一哥”，也肩负着鲁酒振兴，打响突围战的重任。多位业内人士在和《证券日报》记者交流时分析，实控人变更为潍坊市国资的ST亚星如果能成功取得景芝酒业的白酒业务控制权，将让景芝酒业获得资本市场赋能，提高自身综合实力的同时，也增加抗风险的能力。资料显示，2019年12月份，江苏上

《乘风破浪的姐姐2》未播先火 芒果超媒预计去年净利超19亿元

■本报记者 何文英

A股长视频头部公司芒果超媒，2020年无论从话题、流量还是业绩都迎来了大丰收。

1月11日，芒果超媒发布2020年度业绩预告。公告显示，2020年度公司预计业绩同向上升，归母净利润预计区间为19亿元-20亿元，同比增长64.32%-72.97%。此外，芒果超媒旗下的长视频平台芒果TV年末有效会员数已达到3613万人。

公告内容显示，2020年，公司始终坚持主流新媒体集团在媒体融合发展中的使命担当，强化战略导向，恪守内容为王，坚持将长视频作为核心竞争力的内容战略，持续发挥内容自制优势，内容创新屡创佳绩。同时，公司稳步提升互联网视频业务运营效能，优化收入结构，全产业链上下游业务实现协同发展。

自制内容推动 广告会员收入双增长

在互联网流量红利消退、多个长视频平台会员增速明显放缓的背景下，芒果TV会员却在2020年实现了逆势增长。公开信息显示，芒果TV年末有效会员数已达到3613万人，比年初增长了96.68%。

报告期内，《乘风破浪的姐姐》《朋友请听好》《妻子的浪漫旅行》《密室大逃脱》《明星大侦探》等热门综艺和《以家人之名》《锦衣之下》《下一站是幸福》《琉璃》《从结婚开始恋爱》等热播剧集，有效带动公司广告收入和会员收入增长。

据了解，2021年芒果TV拟开发自制剧60部。值得关注的是，即将推出的季风剧场成为芒果超媒的一大看点。“季风剧场采用每周2集、单集70分钟共12集的周播模式进行播放，相关剧集预计在湖南卫视和芒果TV双平台排播。”芒果超媒董秘吴俊对《证券日报》记者表示。

目前，芒果超媒已具备20支节目制作团队、12支队伍影视制作团队、15家“新芒计划”战略工作室，形成了成熟的内容生产体系，在筑就长

视频内容护城河的同时，也为公司的内容创新提供了源源不断的生产力。芒果超媒董事长张华立曾公开表示：“芒果超媒最大的核心竞争力就是建立了高门槛的长视频内容生产体系。在今后相当长的时间里，我们仍将专注于此，努力构建更加高效、更有创新能力、逻辑模式自治的内容生态系统，不断开拓芒果模式新境界。”

2021年推出多个产品 亮点吸睛

开年伊始，芒果超媒全新回归的《明星大侦探6》便获得了超高的人气和口碑。根据CMI网综指数排行榜，《明星大侦探6》高居榜单首位，豆瓣评分9.1分也对节目质量给出了充分的肯定。此外，《乘风破浪的姐姐2》未播先火，关于节目嘉宾名单以及相关的话题讨论刷屏了各大互动平台。

除了爆款综艺接档以外，芒果超媒布局全新赛道的切入点小芒App也备受期待。今年1月1日，小芒App正式推出。目前，该应用上的商品覆盖潮流服饰、美妆个护、休闲食品、家居生活、潮流潮物、宠物用品等多个品类，SKU超1万种。

与此同时，基于芒果超媒的视频内容制作和艺人资源优势，小芒App已拓展超500名艺人、1000名达人入驻，与超20个节目和电视剧合作打造官方IP同款；并引入、制作了4万条短视频内容，真正做到为用户指路美好生活，让用户边看边买，轻松买到“向往的生活”。

吴俊表示：“芒果超媒拥有强大的内容基因和独特的芒果生态圈，小芒App这一新赛道的布局，正是对完善内容基因的延展和芒果生态的完善，也是充分释放芒果体系价值的全新战略。”

对于小芒App的落地，天风证券分析师张爽在接受《证券日报》记者采访时也寄予了较高的期待。她认为：“芒果TV拥有在白领女性的垂直领域深耕优势，以及优质付费用户，在流量变现上具备想象空间，公司基于长视频内容打造的小芒App垂直电商平台，有望成为芒果超媒后续重要看点。”

需求向好供应紧张 钛白粉掀新一轮涨价潮

■本报记者 刘 歆

自2020年7月份开始，钛白粉价格持续上涨。据钛云商数据显示，去年下半年，钛白粉市场均价涨幅高达38.28%。

进入2021年，钛白粉市场依旧火热，并迎来新一轮的涨价潮。继龙蟒佰利1月8日提价后，1月11日，中核钛白、安纳达、惠云钛业也纷纷发布了涨价公告。从目前各个企业发出的涨价函来看，国内外销售价格涨幅一致。

中核钛白公告称，从即日起，在现有钛白粉销售价格基础上，上调公司钛白粉销售价格。其中，国内销售价格上调500元/吨，出口价格上调100美元/吨。

值得注意的是，此次涨价是中核钛白2020年下半年至今第七次上调产品价格。此前，公司分别在2020年7月14日、8月7日、9月8日、10月10日、10月29日、12月3日上调了主营产品钛白粉的价格。

对于此番涨价的主要原因，中核钛白相关负责人表示在接受《证券日报》记者采访时表示：“主要还是需求端，目前钛白粉下游的需求量还处于供不应求的状态。”

需求向好

经过多轮上涨，钛白粉市场主流价格已从6月底的12800元/吨上涨至16300元/吨左右。卓创资讯数据显示，1月8日，金石型钛白粉全国市场价格暂稳在16300元/吨，各市场主流商谈参考价格则在16200元/吨-16800元/吨，对于持续紧张的产品型号经销商出货高于17000元/吨。

需求向好是支撑钛白粉市场价格上涨的主要原因。中泰证券研报指出，国内伴随房屋竣工周期的到来，拉动钛白粉需求。此外，国外疫情常态化趋势明显，对海外供给产生影响，钛白粉外贸出口市场保持良好的增长，企业在手订单较为充裕。

卓创资讯钛白粉分析师田晓雨在接受《证券日报》记者采访时表示：“2020年11月份是2020年连续第4

个月出口量超11万吨，前11个月的累计出口量已达约111.21万吨，而2019年全年完成出口量约100.34万吨，可见2020年我国全年钛白粉出口量将实现更大幅度的增长，2019年的增速为10.51%。”

根据海关数据显示，2020年11月份钛白粉出口量约为11.23万吨，1月份-11月份累计出口量为111.21万吨，环比增加1.85%，同比增加37.11%。按照目前各大厂出口情况来看，12月份出口量仍会在11万吨左右，全年出口量将超过120万吨，相比去年多出两成。2020年出口占比为35%左右，相比去年高出3个百分点到4个百分点。

现货供应紧张

持续旺盛的出口需求同时也导致国内库存持续下行，市场供不应求。

钛云行业分析师杨逊认为，目前，钛白粉供应端主力生产商现货紧张依然严重，渠道库存仍然得不到很好的补充，短期当下或依然保持现货紧张局势。

“现货供应紧张支撑此轮钛白粉价格上涨，厂家宣布涨价后，市场价格的实际涨幅需要关注成交中下游用户的接受程度。”田晓雨告诉记者。在供应紧张的局面下，企业订单量充足。中核钛白相关负责人表示向记者表示：“目前公司在手订单充足，产能利用率饱满。”

中核钛白主要从事金石型钛白粉、氧化铁系颜料的研发、生产和销售，是最早从国外引进全套金石型钛白粉生产技术的企业。公司拥有金石钛白、和诚钛业及东方钛业三个钛白粉生产基地，目前现有年产33万吨粗品、40万吨成品的产能规模，产销位居全国第二。

钛白粉价格后续是否还会上涨？上述负责人表示，公司价格委员会认为，钛白粉销售价格上涨的状态可能会持续到春节后。

田晓雨也表示：“金石型钛白粉市场价格将在现货供应持续偏紧的状态下温和上涨。”