

聚焦汽车行业

百度、苹果“跨界”造车背后：软件定义汽车时代到来？

■本报记者 向炎涛

当特斯拉市值冲破8000亿美元，创始人马斯克一度跃升至世界新任首富之时，智能汽车再度成为市场关注的焦点。就在1月11日，中国的互联网巨头百度宣布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。与此同时，另一家科技巨头苹果造车的传闻也频频传出新的进展，据媒体报道，1月8日，韩国现代汽车发表声明称，苹果正与现代就造车事项进行初期谈判。

造车新势力市值不断攀升，科技巨头“跨界”造车，汽车工业从未像今天这般面临新的变革，智能汽车越来越受到资本的热捧。不同于过去以车辆和零部件等硬件为主要收入的传统汽车行业，软件在智能汽车中的价值量正不断提升，甚至为汽车行业的生产模式和商业模式带来了根本性的颠覆。多位接受《证券日报》记者采访的业内人士认为，未来软件服务将成为车企之间差异化的竞争力，“软件定义汽车”正在成为不可阻挡的趋势。

汽车变“软”

百度宣布造车，组建百度汽车公司，面向乘用车市场，而吉利控股集团则将作为新公司的战略合作伙伴。虽然目前百度汽车尚未公布车型，但在业内人士看来，包括百度等在内的造车新势力相对于传统汽车厂商的一大优势就是软件能力。“新势力造车，基本是科技公司为代表的，他们的能力主要集中在软件开发、人工智能等流程体系，人才储备肯定优于传统厂商的。尤其百度近几年在自动驾驶车联网智能交互领域有很多积累，他们造车是想用这个平台呈现出更多样化的产品，把自己最顶尖的技术展现出来，然后再为整个行业输出相关的技术作为标杆。”广汽研究院技术规划工程师江政对《证券日报》记者说道。

随着软件在汽车中的功能越来越

越突出，传统汽车的业务模式也在发生变化。江政告诉记者，对于传统的汽车产业，主要依靠车辆及零部件等硬件销售获得收益，往往是车企卖一辆车获得一次性收益，以及4S店通过一些简单的维修保养服务收取售后费用。而随着智能汽车的发展，除了硬件收入，车企还可通过功能订阅或软件迭代产生新的收入。而对于消费者来说，通过付费分期方式，则可以进行软件升级和功能迭代优化，实现汽车的常用常新。

特斯拉是业内公认的软件定义汽车的典型代表。目前特斯拉的软件收入构成主要包括AutoPilot FSD完全自动驾驶软件选装包、OTA付费升级和高级车联网订阅服务收费。安信证券在研报中指出，特斯拉越来越像苹果，其软件业务(FSD)会是其商业模式核心组成部分。短期来看，预计特斯拉2025年FSD的收入将近70亿美元，占特斯拉汽车业务营收的接近9%，贡献25%的汽车业务毛利。

事实上，除了特斯拉，国内造车新势力在软件收费上也已经迈出了脚步。日前，蔚来发布自动驾驶服务NAD系统，每月服务费680元；小鹏汽车的辅助驾驶系统XPILOT一次性收费2万元。

“汽车可以分为三个部分，硬件+软件+服务，在软件和服务方面，互联网公司占优势的，而随着硬件成本不断下降，这三部分就相当于一个跷跷板往互联网公司倾斜。未来，软件成本越来越高，服务种类越来越多，互联网公司是有机会主导造车的。”工信部新能源与智能网联汽车产业专家智库成员张翔对《证券日报》记者表示。

江政也认为，未来的软件定义汽车模式下，汽车开发过程中研究软硬件分离，硬件是统一的，而车型上的功能差异通过软件定义，一定程度上将降低汽车的硬件成本，而对软件开发能力要求越来越高，汽车的开发将从之前量产完成就结束的状态变成全生命周期的开发，因为需要不断迭代软件功能迭代，常用常新，才能产

生新的价值。

车企拥抱软件

汽车产业智能化大潮下，传统车企也看到了软件的重要性。2019年以来，包括上汽、广汽、丰田、大众、宝马等海内外整车厂商纷纷成立软件部门，发力软件业务布局。

对于传统车企来说，拥抱软件是必然趋势，在江政看来，随着车联网化、功能复杂化，尤其是在人工智能、自动驾驶等方面，单纯一个汽车行业已经很难实现很多复杂功能，只有利用行业优势资源，比如高精度地图、大数据、互联网生态资源等，才能做出较好的产品，而不是封闭的生态系统。

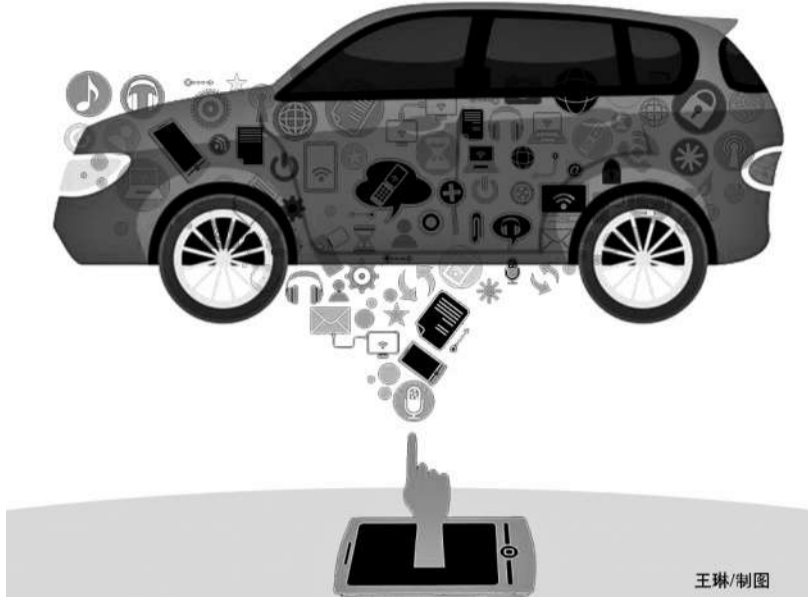
北汽与华为的合作或许可以看作是行业内的一次有益尝试。2020年10月份，华为首次对外发布了智能汽车解决方案，北汽新能源成为华为智能汽车牵手首个合作伙伴，双方合作的首款车型已经上市。

早在2018年11月份，北汽新能源与华为签署深化战略合作协议，双方于2019年1月份又签署全面业务合作协议，并联合共建了“1873戴维森创新实验室”，以“面向下一代世界级智能网联电动汽车技术”进行布局。

据北汽新能源方面此前向《证券日报》记者介绍称，华为在自动驾驶领域的算力能到330-340Tops，超越了特斯拉目前的140Tops算力。在操作系统层面，华为鸿蒙生态系统将同时是包括车联网在内的多生态应用整合的基础架构。

北汽新能源方面提供给《证券日报》记者的资料显示，北汽新能源总经理刘宇透露，2021北汽新能源将会投放与华为合作的搭载5G自动驾驶系统的车型(N61 HBT版)，内部代号“HBT”(Huawei BJEV Together)，这会是公司产品发展的关键点。

“支撑自动驾驶的前提是对车周围的感知力，而华为‘算力’(LDC)强大，对车轴影像的感知力正是它的强项，也是我们合作的基础。我负责‘硬’，它负责‘软’，双方甚至多方有机合作，各善其长，各司其职，最终取



王琳/制图

得一致的商业成果。这种合作关系不再是传统的主机厂和供应商之间的关系，而是圈层合作关系，你中有我我中有你，我们一起制定‘菜谱’，共同定义标准，引领行业趋势。”刘宇如是说。

四维图新在自动驾驶地图、高精度定位、云服务平台、以及应用于ADAS和自动驾驶的车规级芯片等核心业务领域是国内领先的供应商，其销售总监陈峰告诉《证券日报》记者，软件定义汽车模式下，目前软件的控制权更多的还是掌握在车企的研发团队上，其本身对于IP也就是源代码以及知识产权的要求非常高。而从未来趋势来看，在数据生产工艺、数据更新服务，以及打通车端和云端的数据层方面，供应商会更多的与主机厂商联合开发，包括共同拥有产品或技术平台的IP。

未来：行业或出现分化

在江政看来，随着软件功能越来越强，未来汽车行业也会出现一些分化，一些小的汽车公司缺乏相应的软件和资源整合能力，会慢慢被淘汰掉。“这个行业会发生一定的整合，强者越来越强，弱者越来越弱，直到最后没有软件能力的汽车公司可能会变成类似代工角色，有软件定义汽

车能力的可能和一些互联网公司或科技公司形成比较好的生态圈，从而转变自己作为制造企业的属性”。

而在实践中，陈峰云发现，就目前来看，头部的传统主机厂商，尤其是欧美厂商，在智能化的规划上是偏保守的，仍然是以头部客户发出招标的需求为标准。而在与国内部分新能源车企的合作中，四维图新已经深入到了L2-L4级自动驾驶系统的联合开发之中。

“这是因为对于欧美车企来说，缺乏像中国这样的新能源市场，缺乏政策支持，也缺乏大的资本投入，对于中国市场来说，2021年将是L2级高级辅助驾驶功能量产爆发的一年。”陈峰云对《证券日报》记者说道，中国智慧汽车发展的土壤，国家在政策上是积极推动的。但未来政策的发展需要整个行业的推动，尤其是未来L4车型量产之后，相关监管力度会是一个不确定因素。

陈峰云还认为，目前不管是市场保有量还是每年用户真正购买新能源车车的绝对数量仍然是不够的。从市场规模上来看，还没有办法跟手机的使用频次、用户数据多样化等相比。而对于车企来说，建立软件生态后要收集和析用户数据，甚至AI学习，解决用户痛点以后再逐步提供更多的服务，这是未来的趋势。

车市恢复超预期 2020年我国汽车产销量均突破2500万辆大关

■本报记者 王 鹤

1月13日，中国汽车工业协会(以下简称“中汽协”)发布2020年度汽车产销数据，我国车市恢复大大超出预期，全年产销分别完成2522.5万辆和2531.1万辆，同比分别下降2%和1.9%，其中，新能源汽车产销分别完成136.6万辆和136.7万辆，同比分别增长7.5%和10.9%，增速较上年由负转正。

中汽协预计，2021年中国汽车市场将实现恢复性正增长，汽车销量有望超过2600万辆，同比增长4%；新能源汽车销量有望达到180万辆，同比增长40%。

中汽协副秘书长陈士华表示，汽车行业表现向好主要基于三方面原因：一是国家和地方政策大力的支持；二是行业企业自身不懈的努力；三是市场消费需求的强劲恢复。

车市恢复超预期

2020年，我国车市最终以“销量同比下降1.9%”的成绩收官，虽仍处

于负增长阶段，但在业内人士看来，这样的成绩已远超预期。

当前，随着国民经济稳定回升，消费需求进一步恢复，加之中国汽车市场总体来看潜力依然巨大，中汽协判断2020年或将是中国汽车市场的峰底年份，2021年将实现恢复性正增长。

车市整体回暖的背景下，2020年以长安汽车、小康股份为代表的重庆车企分别在汽车销量、新能源车销量上取得了可观的成绩。

长安汽车日前公布，公司在2020年累计销售汽车200.37万辆，同比增长13.98%，超额完成全年191万辆的销售目标。小康股份产销快报显示，2020年全年公司新能源汽车销量2.03万辆，同比大增123.07%。

长安汽车相关负责人在接受《证券日报》记者采访时表示：“销量增长的背后离不开公司以用户需求和体验为出发点，坚持产品创新，一是全速推进经典产品‘PLUS’化；二是拓展新人群，获取新增量，持续推出高端产品系列。”

长安汽车在产品上天下功夫的

同时，面对新能源汽车领域的高速发展态势，小康股份也在发力布局相关业务，其相关负责人向《证券日报》记者讲道：“随着2021年面向客户终端体系搭建完成，公司年轻化新能源乘用车品牌赛力斯的销量预计会有较大增长。同时，公司也正在布局微型电动车市场，凭借微车市场经营的多年经验，我们相信也会取得不错的市场表现。”

“另外，随着世界各国政府加大对新能源汽车的支持力度，我们非常重视新能源汽车的出口，在市场开发的同时，积极开展相关认证工作，着力扩大出口销量。凭借在欧洲市场深耕十几年的丰富经验和稳固的市场基础，率先布局欧盟成熟市场，并逐步向其他市场拓展，利用高品质产品和高水平服务，形成品牌映射效应。”小康股份相关负责人进一步表示。

2021年车市走势如何？

2020年，车市各细分市场多点发力。据中汽协数据，乘用车产销分别

完成1999.4万辆和2017.8万辆，同比分别下降6.5%和6%，降幅比上年分别收窄2.7和3.6个百分点；商用车产销分别完成523.1万辆和513.3万辆，同比分别增长20.0%和18.7%。

此外，在新能源车方面，2020年全年产销分别完成136.6万辆和136.7万辆，同比分别增长7.5%和10.9%，增速较上年实现了由负转正。

汽车各细分市场产销表现出色的背后，离不开我国汽车消费的快速恢复。

作为国民经济的支柱型产业，去年以来，我国汽车消费同比增速持续高于消费整体增速。国家统计局此前数据显示，去年11月份，社会消费品零售总额39514亿元，同比增长5.0%，其中，去年11月份限额以上单位汽车类商品零售额同比增长11.8%，连续五个月实现两位数增长。

“汽车消费在本轮消费中增长相对比较强劲，主要是因为汽车市场调整的相对较早，其实2018年、2019年汽车市场都出现了一个深度下滑的情况，所以在2020年具有一个比较低

的基数。此外，这也与消费潜力的释放有关，2020年在各方面相应的政策带动下，使得诸如豪华车这样的高端消费需求得到释放，进而推动了汽车消费的增长。”乘联会秘书长崔东树告诉《证券日报》记者。

对于2021年汽车市场的走势，崔东树坦言对汽车市场的增长仍保持谨慎态度：“我们预计2021年整个商用车市场处于相对低迷的状态，由于受到目前高端需求爆发性的增长限制了入门应急的需求相对不强的矛盾性影响，2021年的增长动力也并不是特别强。”

“2021年很可能是汽车行业的一个非常重要的转型年份，因为在这一年，全世界的各大汽车品牌会在汽车电动化、智能化、网联化、一体化上去进一步地深耕细作，将来肯定还会有更多新的产品、新的品牌、新的车型、新的技术推出来，我们非常期待汽车市场在四化方面带来更多新变化。”深圳市东风广告传媒有限公司总经理、每日侃车首席撰稿人张晶向《证券日报》记者说。

中概股二次上市热情不减

■本报记者 谢若琳

自阿里巴巴回港上市后，在美上市的互联网巨头赴港二次上市的步伐加速。截至目前，京东、网易、百胜中国、中通快递、华住集团、再鼎医药、宝尊电商、先声药业、万国数据、新东方等多家完成了港股二次上市。

香颂资本执行董事沈萌在接受《证券日报》记者采访时表示，对于在美国上市的中概股来说，到中国香港上市既可以更加靠近自己的主要市场和主要投资者，也可以利用港股目前南下资金参与的热潮得到更多低成本融资。

日前，B站、百度、腾讯音乐、欢聚集团(YY)等公司也相继传出回港二次上市的计划或意向。

“具体到公司而言，赴港上市通常会被解读为利好，公司在二级市场上的股价也会有所表现，但上市这个

动作能否真正助力公司经营，不同公司有不同情况。”一位券商分析师告诉记者，对于欢聚集团来说，2021年是一个关键的转折点，公司将国内业务卖给百度，又经历了浑水做空。“如果要二次上市，那这将是其重回直播第一阵营的重要一步”。

欢聚集团方面就二次上市的传闻对《证券日报》记者表示：“不予置评。”不过有接近欢聚集团的知情人士告诉记者，该公司确实曾有回港上市的计划。

欢聚集团重心转向海外

欢聚集团成立于2005年，主打业务是互联网语音平台，是很多游戏爱好者的线上交流平台。2012年欢聚集团上市时，旗下拥有YY语音、YY游戏运营、YY教育等一众产品线。曾孵化出专注游戏细分市场的虎牙直播，与之相较，YY直播更倾向于秀场

欢聚集团能否借此重返直播第一阵营？

直播。此前，欢聚集团业务板块主要划分为国内和海外两大板块，国内业务以YY直播为主，该板块已经出售给百度，而海外矩阵包括Bigolive、Likee、imo，以及小游戏社交网络平台Hago。

“欢聚集团是最早试水直播行业并成功上市的，旗下直播产品YY直播主打秀场直播，在此基础上成功孵化出主打游戏直播的虎牙，一度稳居直播行业第一把交椅。”上述分析师称，随着虎牙分拆上市，腾讯对游戏直播公司的股权进一步强化，虎牙、斗鱼在腾讯的推动下合并，欢聚集团的业务开始向海外倾斜。

过去一年中，欢聚集团旗下主要子公司的股权变化非常大。2020年4月份，腾讯受让虎牙部分股权，成为第一大股东。同年8月份，腾讯进一步增持，受让欢聚集团所持3000万股虎牙股票。2020年11月份，百度宣

布以36亿美元的价格，收购欢聚集团国内直播业务(即“YY直播”)，预期于2021年上半年完成交割。自此，欢聚集团的业务重心正式转向海外。

2020年11月18日，做空机构浑水公司发布71页报告，质疑YY直播90%数据造假，公司股价随即暴跌26.48%，至今还未回到暴跌前的高位。

直播板块掉队

从财务情况来看，欢聚集团2020年第三季度营收62.864亿元，同比增长36.1%；实现归属于欢聚集团控股权益的持续经营净利润为23.032亿元，这主要是受出售部分虎牙股权投资收益的影响。2020年8月份，欢聚集团将向腾讯转让的3000万股虎牙股权，交易规模为8.1亿美元现金。

“从直播公司的格局来看，在经历了一年的腾挪后，欢聚集团已经被

甩出第一梯队。”上述分析师认为，欢聚集团相继抛售旗下的支柱产品YY直播、虎牙股权，虽然扩充了其现金流，也影响了公司在行业内的布局 and 地位。目前专注东南亚市场的Bigo，成为欢聚集团下一个主打产品。

2019年3月份，欢聚集团全资收购新加坡海外视频社交平台Bigo，该应用布局全球业务，孵化出全球直播社区Bigo live、短视频社区Likee，以及视频短剧应用IMO。

从用户层面看，欢聚集团2020年第三季度全球平均移动端月活跃用户3.901亿，同比下滑4.0%。其中，中国以外地区用户达5070万，同比下滑6.5%。其中，Bigo live用户高速增长至2800万，同比增长27.7%。

值得一提的是，海外市场具有不确定性。“2020年第三季度，欢聚集团海外市场用户下滑，主要原因就是部分产品在国外遭到封杀。”上述分析师如是说。

四川14家上市公司2020年业绩预喜

“酒香”“锂涨”助推盈利提升

■本报记者 舒娅娜 见习记者 蒙婷婷

伴随着A股年报披露期渐近，上市公司2020年的“成绩单”即将揭晓。

东方财富choice资讯统计结果显示，截至1月14日，四川共有19家公司通过2020年三季报、业绩预告等方式对全年经营业绩进行了预测，其中14家公司业绩预喜。

雅化集团、云图控股、新筑股份、康华生物、利尔化学5家公司2020年全年业绩有望实现翻倍高速增长。

白酒、锂业公司纷纷预喜

随着全球新能源产业稳步发展壮大，涉“锂”公司业绩提升和回暖或将为2020年四川上市公司中的一大亮点。

雅化集团预计的2020年业绩增速目前在四川上市公司当中排名第一。公司预计，2020年有望实现净利润2.51亿元至2.87亿元，同比增长250%至300%。公司不久前与特斯拉签订电池级氢氧化锂供货合同一事曾受到市场广泛关注。

除了雅化集团，锂业龙头天齐锂业2020年业绩亦有望回升。公司此前因债务问题等拖累而在2019年出现大幅亏损，2020年，公司在三季报中预计全年业绩仍将亏损，但相比2019年将大幅减亏。

天齐锂业在1月5日与投资者互动时表示，目前锂价上涨的节奏和趋势不是单纯的炒作，而是由需求推动，是电动汽车商业化、技术革新、适用性、充电便利性以及对社会需求的满足达到一定高度之后的结果。“我们认为这种价格上涨将是可持续的逐步上涨。随着世界各国的电动汽车规划、碳中和政策的发布和推进，电动化将是大概率趋势。”公司表示道。

与此同时，四川上市公司“醉美”行情仍在持续。《证券日报》记者注意到，五粮液、泸州老窖目前均已发布业绩预告，其中，五粮液预计2020年实现营收、归母净利润分别为572亿元、199亿元左右，同比增幅预计约为14%、14%，泸州老窖则预计2020年实现归母净利润55.7亿元至60.35亿元，同比增长20%至30%。两家公司均表示，其业绩增长的原因是“核心产品销售增长所致”。

值得一提的是，白酒是四川的重要支柱产业之一，目前，水井坊、ST舍得尚未披露业绩预告，但从2020年前三季度来看，2家公司的三季报业绩相比上半年均实现了显著提升。

中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬接受《证券日报》记者采访时表示，在行业大分化之下，白酒企业将进入两个阵营，一个是以六个头部企业为代表的“价值型”阵营，另外的企业则处于“价格型”阵营，未来白酒行业的并购现象或进一步加剧。

川股公司对2021年保持乐观期待

2020年，川股军团的规模持续扩大，全年共计11家四川新股公司登上A股资本市场的舞台(包含ST国重债)。

作为川股新生力量，部分公司有望在2020年交出靓丽的业绩答卷——彩虹集团在招股说明书中提到，预计2020年实现归母净利润约9700万元，同比增长15.18%；苑东生物1月11日披露公告，预计2020年归母净利润为1.7亿元至1.85亿元，同比增长56.52%至70.33%；康华生物则预计，2020年将实现归属于上市公司股东的净利润3.9亿元至4.25亿元，同比大幅增长108.91%至127.65%。

“多方面因素导致公司2020年业绩较2019年大幅增长。”康华生物董秘唐名太在接受《证券日报》记者采访时介绍，公司的人用狂犬病疫苗(人二倍体细胞)属于国内首家，处于市场拓展期；由于生产车间技改，公司2019年冻干人用狂犬病疫苗(人二倍体细胞)销量较少；近两年，受部分狂犬病生产企业技改停产影响，国内人用狂犬病疫苗批签发总量较之前年份减少，同时随着宠物市场规模的扩大，暴露前免疫知识的普及，人用狂犬病疫苗的需求保持增长——这些市场因素推动了2020年公司销量增加。此外，公司经营管理效率提升、规模效应逐步显现，2020年期间费用率较2019年有所下降。“2020年公司取得了不小成果，希望2021年公司能继续保持高速增长。”唐名太说道。

除了康华生物，海特高新也表达了对于2021年的乐观期待。“海特高新持有的贵阳银行股票价格波动对公司净利润影响较大。实际上，2020年公司的主业经营较为稳健，实现了较好的增长，扣非净利润增长较大。”海特高新董秘张龙勇向《证券日报》记者表示：“2021年，随着疫情形势逐步好转，公司业绩较2020年会发展得更好。2021年，公司前期新建产能将逐步释放，并逐渐满产。我们对2021年的经营业绩会有一个比较好的预期。”