

“两桶油”加氢站建设加速 氢能汽车销量有望大增

■本报记者 李春莲

进入2021年，“两桶油”的加氢站建设如火如荼。

《证券日报》记者从中石化了解到，今年伊始，每天都有500公斤左右电池氢产品发往北京永丰加氢站，这标志着中国石化燕山石化所产电池氢气已逐步实现量产，并稳定供应北京市场。

2月7日，中石化合资建设的太子城服务区加氢站正式投入使用，为冬奥会崇礼赛区50辆氢能大巴供应氢燃料，加出中国石化加氢业务“第一枪”。

作为氢燃料电池汽车的基础设施，加氢站不断完善将促进燃料电池汽车的应用。

厦门大学中国能源政策研究院院长林伯强向《证券日报》记者表示，加氢站成本高，技术门槛也高，“两桶油”目前属于提前布局阶段。

“就目前各地公布的在建拟建加氢站数量来看，预计2021年加氢站数量将有新的突破，或将达到200座以上，给氢燃料电池汽车提供了‘血液’。”隆众资讯分析师王思敏向《证券日报》记者表示，从目前氢燃料电池车辆招标数量来看，今年燃料汽车销量也会大增。

两桶油加氢站建设提速

截至2月19日，近日投用的中石化太子城服务区加氢站累计加注氢燃料车470辆，共计加注4958.94千克，有效保障了冬奥会氢能供给。太子城服务区加氢站，位于2022年冬奥会崇礼赛区核心区域，是中国石化集团批复的首座加氢示范站，也是冬奥会首座加氢站。该站设计了加氢区、氢气储罐区、工艺装置区，日均加注

能力为1000公斤，预计将为上千辆冬奥新能源车提供加氢服务。

中石油方面表示，全球看，氢能发展前景广阔，阿布扎比国油等传统油企纷纷布局氢能业务，中石油投运首座加氢站将成为一个良好开端，在保障冬奥会氢能的同时，也是中石油未来介入氢能业务领域，积累加氢站技术、管理、运营模式和市场化开发等方面经验的一次探索性实践，为后续氢能业务发展提供了宝贵经验。

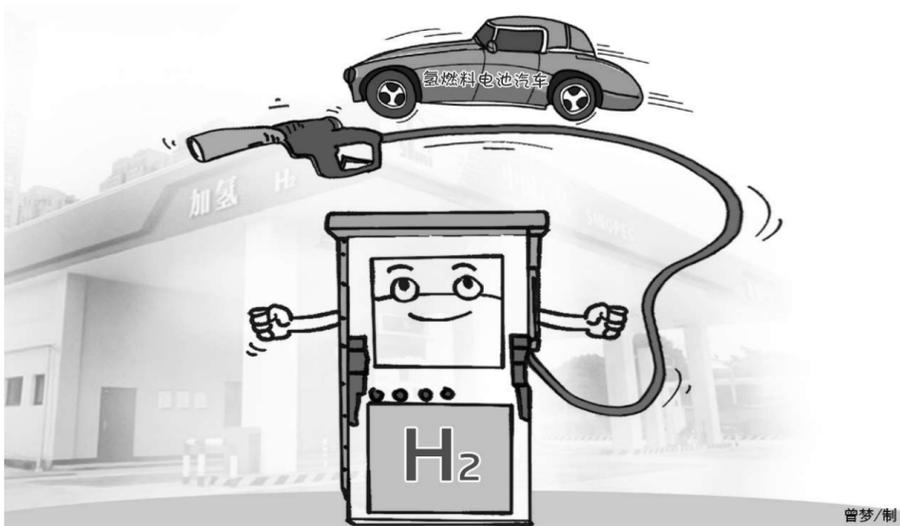
今年6月底，中石油崇礼赛区第二座加氢站——崇礼北油氢合建站也将圆满完工；今年年底前，3座加氢站还将陆续在河北和北京地区投运。此外，中石油北京销售与北汽福田汽车股份有限公司合作建设的福田加氢站，也预计于今年投运。据悉，该站工艺先进，设备国产化率将达到50%，可同为35MPa、70MPa车型加氢，是2022年冬奥会氢能保障的主力站之一。

不仅如此，北京销售还拟将北京金龙加油站建成油氢合建站，专为冬奥氢能燃料电池车提供加氢服务。目前该油氢合建站相关工作正在紧张有序进行中，预计于9月底建成，10月份投入试运行。

据了解，从去年12月15日以来，燕山石化氢气产品已服务下游客户4家，累计销售氢气超10.6吨。

值得一提的是，永丰加氢站是我国首座也是北京目前唯一正在投用的固定车用加氢站，氢气日加注量为1000公斤—1500公斤。随着市场对氢气供应需求提升，燕山石化氢气新能源装置将实现稳定量产，生产负荷有望得到进一步提升。

中石化表示，“十四五”期间将加快发展以氢能为核心的新能源业务，拟规划建设1000座加氢站或油氢合建站、7000座分布式光伏发电站。



曾梦/制

对此，隆众资讯分析师王思敏向《证券日报》记者表示，“两桶油”在氢能产业方面的优势比较明显，无论天然气重整制氢还是石化副产制氢，“两桶油”在制氢端有一定优势，再加上其油气站运营很成熟，在此基础上做油氢合建站，成本和前期工作也会节省不少，相比其他新进入的公司，“两桶油”在气源和地域布局方面都更丰富完善。

销量有望大增

一方面“两桶油”等企业的加氢站基础设施建设如火如荼，另一方面则是氢燃料电池汽车在2021年开年就呈现爆发之势。

2021年以来，截止到2月中旬左右，据公开资料不完全统计来看，招

标中标氢燃料电池车辆数已达690辆左右，达到2020年全年燃料电池汽车累计销售量的58.6%。

实际上，去年以来，各省市都在发力氢燃料电池产业。

去年9月，《北京市氢燃料电池汽车产业发展规划(2020-2025年)》提出，2025年前实现氢燃料电池汽车突破1万辆。根据该规划，2025年前，北京市将培育5家—10家具有国际影响力的氢燃料电池汽车产业链龙头企业，力争实现氢燃料电池汽车累计推广量突破1万辆，形成城市公交、旅游客运、重型货运和中型物流相结合的推广结构，氢燃料电池汽车全产业链累计产值突破240亿元。

去年，山东也出台了《山东省氢能产业中长期发展规划(2020-2030年)》。据隆众资讯统计，截至2020

年，山东省已建成加氢站共计11座，2021年将新增加氢站8座。

除了北京、山东、上海、山西、浙江等多地都开始加速布局氢能业务。

在此背景下，为了鼓励各地氢能产业的协同发展，业内预计国内首批燃料电池示范城市群(亦称“氢能示范城市群”)名单的公布已经进入倒计时，2021年也被视为氢燃料电池汽车产业的发展元年。

王思敏认为，政策方面，示范城市群的正式公布将会大力促进当地燃料电池汽车产业链的快速发展；基础设施建设支撑方面，就燃料电池系统厂商的预期交付订单量看，2021年各系统厂家订单量已突破2019年峰值，如无突发事件，待示范城市群公布后，预计燃料电池汽车产销量将有大幅增长。

“中国版Clubhouse”上线12天即下架 映客急什么？

■本报记者 谢若琳
见习记者 李豪悦

2月11日，映客上线了一款名为“对话吧”的产品，2月22日该产品就被下架。映客方面就此回复《证券日报》记者称，下架的原因是在进行技术调整。

对话吧从界面设计、用户邀请码制到产品功能，都酷似Clubhouse，因此，对话吧也被戏称为“中国首款Clubhouse”。

Clubhouse是一款美国音频社交产品，以邀请码的方式吸引用户，2021年初在特斯拉CEO埃隆·马斯克的加持下，迅速火爆互联网圈。

据接近映客研发团队的知情人士告诉《证券日报》记者，对话吧从确定要做开始，仅个产品从研发、设计到测试，仅仅用了6天时间。

“映客急于推出‘中国首款Clubhouse’的背后，是收入危机。”一位不愿具名的业内分析人士认为，直播业务是映客的主要收入来源，2020年11月份出台的《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》，对未成年人打赏的规范要求直接冲击了秀场直播平台的现金流。

2月23日，记者尝试注册映客APP账户，在默认平台弹出的用户年龄后，顺利对主播进行了1元钱

的打赏。

对话吧难以复制“Clubhouse”

2月20日晚，映客创始人奉佑生、金沙江创投董事总经理朱啸虎、昆仑万维董事长周亚辉、华兴资本董事总经理杜永波、复旦大学教授蒋昌建等知名人士，在“对话吧”APP里进行了一场语音直播，主题就是“在中国能做成一个Clubhouse吗”。

对话吧在应用商店排名及下载量因此迅速蹿升，但远未达到马斯克带动Clubhouse时的轰动。一位对话吧的早期用户告诉记者，他也是因为这场对话下载了对话吧，邀请码是一位朋友送的，比获得Clubhouse初期邀请码更容易，“对话吧体验并不好，用起来有卡顿，尽管很像Clubhouse，但产品设计并不流畅”。

在那场直播里，周亚辉提到，Clubhouse类产品早期的运营难度是很高的。“我特别不建议创业公司做这个产品，产品门槛很高，留存很差，创业团队会死得很难看。”

“对话吧与Clubhouse注定不同，单纯抄袭的路是走不通的。”一位专注于TMT行业的券商分析师在接受《证券日报》记者采访时表示。

据上述知情人士表示，“映客研发对话吧的目的，就是将众多线下会议场景搬到线上，旨在打破空间、阶

层、行业隔阂，搭建普通人与行业精英、专业人士交流桥梁，塑造互联网社交平台的内容价值和社会价值”。

“问题是线上会议的软件并不少，Clubhouse的魅力就在于平等对话和交流，如果只是几位高端人士访谈，那么对于普通人来说意义并不大。此外，这类产品必将面临流量与内容质量的取舍，如果吸引大量用户，尤其是下沉市场，必会面临内容朝着知识分享的反方向奔驰，这是产品设计一开始就要想清楚的。”上述分析师认为。

流量缺失：映客月活用户仅3297.4万

作为一款直播软件，映客正在掉队。2018年7月12日在港交所挂牌以来，公司股价持续下滑，截至2021年2月23日，映客收于2.65港元/股，与上市首日高点5.48港元/股相比，已经跌去51.64%。目前市值仅剩53.18亿港元(约合人民币44.32亿元)。

对比主打秀场直播的竞品，市值35多亿美元(约合人民币227.82亿元)的陌陌APP的月度活跃用户(MAU)为1.136亿。而市值99.42亿美元(约合人民币642.36亿元)的欢聚集团，在2020年底将YY直播卖给百度，落袋36亿美元后，凭借新产品Bigo等专注海外市场。

“无论是欢聚集团，还是陌陌，旗下都有不止一款主打APP，比如陌陌

旗下除了陌陌主APP外，还有新锐产品探探；而欢聚集团卖掉YY直播后，仍有全球直播社区BigoLive、短视频社区Likee、视频通讯应用IMO以及小游戏为导向的社交网络平台HAGO。而这些内容为欢聚集团贡献了约4.16亿的用户。”上述券商分析表示。

但映客在主APP外，始终未能推出可以独当一面的新产品，根据2020年中报，映客产品月活用户总数仅为3297.4万，还涵盖了旗下映客及音泡等产品。

2020年上半年，映客收入为22.02亿元，同比增加48.3%；但由于映客直播的主播收益分成有所增加等因素，导致销售成本同比增加62.9%，达到10.54亿元；同期净利润仅为8264.7万元。

秀场直播或将变天？

从收入构成来看，直播业务是映客最主要的收入来源。2020年上半年，映客依靠直播业务收入21.65亿元，占总收入98.27%。

“直播也有很多细分领域，比如游戏直播、电商直播、映客、YY直播、陌陌都属于秀场直播。”上述分析师在接受记者采访时表示，秀场直播主要收入来源于打赏，而目前最大的风险就是主播的尺度把控以及打赏规范程度。

在直播行业水准参差不齐的背景下，监管层已经开始出手规范。11月25日，国家广播电视总局发布了《关于加

强网络秀场直播和电商直播管理的通知》(以下简称《通知》)。这项政策在秀场直播的内容审核、打赏机制、未成年人保护方面都作出了严格明确的规范。

《通知》显示，网络秀场直播平台要对网络主播和“打赏”用户实行实名制管理。未实名制注册的用户不能打赏，未成年用户不能打赏。

对于未成年人保护方面，映客回应《证券日报》记者称，映客早就在相关规定出台之前就上线了未成年人保护模式，对于未满18周岁的未成年人明确禁止直播。未成年人在该模式无法进行充值打赏、购买兑换、弹幕评论、视频直播等互动性操作。并且，映客建有青少年防沉迷等系统，全方位保护未成年人健康成长。每日22点至次日6点将无法使用，当日累计使用时长超过40分钟，需要监护人输入密码才可以继续使用。

2月23日，《证券日报》记者在映客APP注册账号发现，该平台并没有强制用户实名制认证，默认用户年龄为26岁，记者点击同意下一步后，弹出“青少年模式”的提示，只需关闭提示，就能与主播正常聊天并进行打赏，如此一来，“用户实名制管理”“封禁未成年用户打赏功能”的规定岂不成了“一纸空谈”？

对此，北京市中同律师事务所律师赵铭律师在接受《证券日报》记者采访时表示，假设未成年人在直播平台进行打赏，家长可以主张要回损失。

进口高端医美器械占比达80% 国内企业需“虎口夺食”

■本报记者 许洁 见习记者 李豪悦

市场期待牛年寓意的“牛气”，最先从医美赛道上游散发出来。2月9日，医美原料巨头爱美客股价突破1000元，2月17日，华东医药发布公告宣称收购海外医美器械公司后，股价连续四天上漲。2月23日更是以涨停收市。

安信证券研报指出，随着国内医美产业逐渐崛起，医美行业已经形成了一条清晰且完整的产业链，上游高毛利产品及中游连锁民营医院是未来主要的投资方向。

不同于原料市场已诞生出在国内玻尿酸领域占据主要份额的华熙生物、爱美客、昊海生物，代表高端医美服务的医美设备领域，国内正规机构的市场份额80%由进口商占据。

研发缺钱缺人才 产品山寨仿制多

若说起当今医美抗衰项目的“C位”，热玛吉必定当仁不让。消费者对热玛吉的趋之若鹜，从其母公司财报便能窥探一二。

加拿大药企博士康2014年收购热玛吉制造商索尔塔医疗，财报显示，近些年来博士康总债务一度高达300亿美元。值得一提的是，被博士康收购的索尔塔医疗在2018年和2019年的收入呈增长态势，得益于第五代热玛吉在2019年为公司创收超7500万美元，博士康公司的收入从2018年的1.35亿美元，增长到2019年的1.94亿美元。

此外，博士康财报显示，热玛吉产品的火爆，令中国市场成为该公司第二大收入来源，也是业务增长速度最快的一个国家。

在中国医美市场同样占据重要份额的医疗激光公司Lumenis(科医人)，2015年被私募基金XIO以5.1亿美元收购，2018年11月份再被XIO以近10亿美元出售给英国CVC Capital Partner，短短3年时间资产价值几乎翻倍。

显而易见，涉及光电器械的高端医美设备企业，都表现出超出预期的投资潜力，但国内在该领域能做到自主研发且与外企一较高下的企业不多，这导致市场主要由外企占据。医

疗保健跨境服务商——美柏医健的数据显示，中国自主研发医美器械(不包含并购外资项目)市场份额仅为20%左右，大部分企业质量参差不齐，市场份额小，甚至出现各种国际品牌的仿造厂商、山寨厂商。

北京中科医疗设备有限公司技术总监高级工程师李佳明向《证券日报》记者表示，国内企业产品由于售价便宜，已经基本占据低端医美器械市场。但是高端的医疗器械市场80%仍由国外控制，因为企业研发能力跟不上。“限制研发能力提升的重要原因，一方面是资金缺乏，高端医疗器械的研发周期太长，需要大量的临床观察，如果花费三四年时间投入，最后市场不认可，企业很快就会垮掉；另一方面，国内缺乏人才，对于医学科研人才的培训和教育体系比较滞后。”

收购+自研 国内企业两腿并行

如何破局，正成为国内企业面临的问题。

一部分企业选择收购等方式引进海外技术，填补公司在医美设备领域的技术空白。

例如复星医药于2013年在以色列列支子公司Sisram，同年5月份，复星医药透过Sisram收购了以色列医美器械企业Alma 95.2%的股权。这让Sisram一跃成为市场佼佼者。

无独有偶，今年2月17日，华东医药发布公告称拟收购西班牙能量源型医美器械公司HighTechnology Products, S.L.U.100%股权。华东医药董秘陈波在投资者交流中表示，本次收购将进一步丰富医美产品线并扩展业务领域，实现在非手术类主流医美产品的全覆盖。

“如果收购只是占领市场，没有注入新鲜血液，研发人才留不住，也不能解决问题。”李佳明认为，想要突破困境，国内企业未来仍需边学习、边借鉴、边研发，才能提高。“培养专业的研发人员和专业队伍才是核心。”

光在生产高品质的激光设备方面，拥有独立、完整的研发、生产、采购、销售体系和成熟的商业模式，拥有9项核心技术，5项实用新型专利、12项发明专利。

主要研发整形外科仪器的北京华创曙光科技有限公司，该公司高管李文(化名)向《证券日报》记者介绍，“光电器械近几年国内并没有可圈可点的颠覆性爆款，但是整体上产品都是朝着精细化、精细化方向发展，仪器能量更加稳定，效果更好，能有效避免破坏血管和神经，希望未来能出现光电仪器爆款。”

武汉奇致激光技术股份有限公司董事长彭国红曾向媒体表示，中国企业应该客观看待“核心技术领域起步晚”的事实。同时也要看到，中国的市场容量很大，对全球技术创新者都有巨大的吸引力。“作为国内厂商，应该扬长补短，发挥当前在价值链分工上的优势，帮助全球优秀的知识产权和技术进入中国，同时发挥中国企业在技术应用创新上的长处，做出真正符合中国市场需要的产品。”

造车新势力市值 两周蒸发312亿美元 高瓴资本带头清仓

■本报记者 龚泽洋

持续劲吹了近一年的造车新势力资本热风，进入2021年后似乎风力渐小，甚至风向生变。据《证券日报》记者观察，从2月9日开始，蔚来、理想、小鹏三大美股造车企业股价持续下滑已超两周，3家造车企业两周的时间内市值合计蒸发高达312亿美元。

谈及外界最为关注的造车新势力企业的市值波动话题，前摩根大通亚太区投行主席、现小鹏汽车副董事长及总裁顾宏地在接受《证券日报》记者采访时表示：“之前蔚来濒临破产，当时的市值就是零吗？如今蔚来前景光明，它的市值就锁定在几百亿美元吗？我觉得哪个都不是正确的答案。”

顾宏地表示，3年前加盟小鹏汽车时，不会想到之后公司估值是多少，中间会经过哪些起伏。但其坚信新能源汽车的变革一定会发生。“与很多创新行业类似，新能源汽车也存在爆发期、增长期、低谷期。市场会有波动，但长远来看，行业的发展前景如果够大，那就值得去做。”

造车新势力市值蒸发312亿美元

自2月份份开始，三大美股造车企业股价似乎一夜入冬。以蔚来汽车和小鹏汽车为例，蔚来股价从2月9日的62.84美元/股下跌至2月18日的54.43美元/股。截至2月23日，蔚来股价持续下探至50.68美元，较2月初累计跌幅高达19.4%；小鹏股价则从2月9日连跌7天，从48.75美元/股下行至2月19日的40.88美元/股。截至2月23日仍跌势难止，最终收盘于38美元/股。

即便理想汽车股价变动幅度相对平稳，但在近两周中也呈现出明显下行趋势。自2月9日的31.87美元/股跌至2月23日的27.84美元/股，跌幅12.6%。按此计算，蔚来汽车在两周的时间内市值蒸发190亿美元，小鹏两周内蒸发85亿美元，理想则蒸发37亿美元，3只个股合计蒸发312亿美元。

事实上，新能源汽车中概股出现股价集体逆势回调并非首次。记者注意到，2020年12月1日，蔚来大跌10.23%的同时，小鹏汽车下跌10.89%，理想汽车跌幅为3.14%。3家公司市值一夜蒸发超800亿元人民币(折合约124亿美元)。

“新能源汽车的发展方向是明确的，但是发展的过程是曲折的，行业格局还会有很大的变化，中短期机会与风险凸显。”新浪财经专栏作家林示告诉《证券日报》记者，前期新能源汽车板块火热，相关产业链上市公司经过此前的快速炒作多数积累了不小的涨幅，短期估值处于相对高位，不少资金有获利了结的需求，短期价值回归趋势明显。

新能源汽车价值回归趋势之下，即使是行业领头羊的特斯拉也未能幸免。据记者观察，近一周来特斯拉股价也走出了连续下行的态势。从2月8日的收盘价863.42美元降至2月19日的781.3美元，累计跌幅9.5%，市值蒸发788亿美元。

对于资本市场对新能源汽车板块强行“去泡沫”的观点，也有机构认为无需过度担忧，只是短期波动。天风证券表示，汽车板块强周期将延续，增速高点或出现在一季度。叠加年报、一季报有望持续超预期，在顺周期、顺势超大盘环境下，继续看好“整车+零部件”板块的投资机遇。

高瓴资本清仓三大造车新势力

几乎与此同时，国内知名的投资公司高瓴资本在美国证券交易委员会(SEC)网站上公布了其2020年四季度末最新持股持仓情况。这家长期关注汽车领域的投资公司在四季度清仓了其所持有的造车企业蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车的股票，原因是三家公司股价去年均大幅上涨，市值明显过高。

据记者了解，高瓴资本曾是蔚来汽车第三大股东，持股比例最高达7.5%。2015年，高瓴资本领投了蔚来1亿美元A轮融资，在C轮和C+轮中持续投资。最终在蔚来2018年9月份纳斯达克IPO时，将自己的持股比例提高至7.5%；去年第二季度，高瓴资本先是大幅增持蔚来，随后在第三季度又迅速减持，减持幅度达68.12%。

SEC数据显示，高瓴资本在2019年末，共持有美股54家公司，市值为80.3亿美元。与蔚来一同遭遇清仓的，还有陌陌、苹果和特斯拉等热门公司股票。“高瓴资本清仓蔚来的动作，表现了其在新能源汽车投资节点上的谨慎风格。”林示认为，从另一个角度来看，高瓴资本对蔚来的投资，也达到了自身价值的预期。

需要指出的是，清仓3只炙手可热的新造车汽车股票后，高瓴资本参与了比亚迪新一轮定增。作为知名投资机构，高瓴资本在新能源汽车领域的动向，值得玩味。

对此，比亚迪汽车品牌及公关事业部总经理李云飞在社交平台回应：“我们对高瓴资本参与本轮定增表示感谢和认可，相信前瞻资本与先进智造的结合会给企业带来更好的发展前景，长期价值投资者的加入对比亚迪的长期发展具有重要意义。”