

传统车企群雄逐鹿IPO 长安汽车谋划高端新能源品牌独立上市

■本报记者 王鹤 实习生 冯雨瑶

小鹏、蔚来、理想等“造车新势力”先后登陆美股市场，搅动一阵资本热潮后，国内部分传统车企亦加速新能源转型，纷纷释放IPO信号。

5月20日，《证券日报》记者从长安汽车方获悉，其与华为、宁德时代联手打造的高端新能源品牌(AB品牌)将独立发展，独立进行市场化运作，并计划独立上市。据了解，AB品牌最快将于本月初发布，该品牌将包括一个全球领先的智能电动网联汽车平台(CHN)，一系列智能汽车产品、一个超级“人车家”智慧生活和智慧能源生态。

在5月13日的长安汽车股东大会上，长安新能源科技公司总经理杨大勇曾表示，长安汽车旗下的电动汽车部门(长安新能源)也正计划在科创板进行IPO。

“智能网联车在未来是大势所趋，此时传统车企要么主动改变，要么被迫被市场改变，长安汽车此次是顺势而为。”谈及长安汽车此次的动作，中南财经政法大学数字经济研究院执行院长、教授盘和林向《证券日报》记者道。

拟推动独立上市

“长安新能源和AB汽车是两个独立运营公司，拥有不同的产品品牌和产品区域，为不同细分市场客户提供优质的产品和服务。”作为长安汽车在新能源领域的重要布局，

长安汽车相关人士向《证券日报》记者介绍称，“长安新能源是长安汽车品牌的新能源业务承载者。AB品牌是聚合长安汽车、华为和宁德时代三方资源，联合打造的高端智能电动汽车品牌。”

于AB品牌而言，在不少业内人士看来，先天具有诸多优势。“在此次合作中，长安汽车负责制造，华为负责网联智能化，宁德时代负责动力，三家企业都是各自领域的龙头，可谓强强联合。”盘和林认为。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜告诉《证券日报》记者：“长安、华为、宁德时代在各自领域都是‘佼佼者’，三方合力能够让其在新能源领域的诉求得以实现。其打造的AB品牌，日后可能成为中国乃至全世界在新能源领域的佼佼者。”

除寻求合作，打造新能源领域的高端品牌外，长安汽车在长安新能源的布局上也提前做了不少工作。

长安新能源成立于2018年。2019年12月份，长安汽车发布公告称，长安新能源引入4家战略投资者，增资扩股完成后，长安汽车持有的股权比例将由100%稀释到48.95%，4家战略投资者分别为南京润科、长新基金、两江基金和南方工业基金。

今年以来，长安新能源的上市进程不断提速。今年年初，长安新能源发布招标公告，计划选聘证券公司担任公司财务顾问，负责研究制订并推进关于股份制改造、B轮融资



资、IPO上市相关方案的实施。

资料显示，长安新能源旗下有CS15E-Pro、逸动EV460、CS55纯电版、奔奔E-Star、CS75PHEV五款新能源车在售。

2021年第一季度销量数据显示，长安新能源汽车零售销量达到12096辆，同比增长1543%。车型方面，奔奔E-Star零售达到5286辆，同比增长4620%；奔奔E-Star国民版零售6056辆。

传统车企逐鹿IPO

在“造车新势力”的带动下，除

长安汽车外，传统车企东风集团、吉利汽车等企业也在加速新能源转型，群雄逐鹿IPO。

此前，随着吉利汽车登陆科创板的步伐不断加快，东风集团在创业板的IPO进程也加快推进。

值得关注的是，东风集团此次上市拟募资210亿元中，“岚图品牌高端新能源汽车项目”总投资110亿元，拟投入募集资金高达70亿元，再次向市场表明了东风集团向高端与新能源方向转型的强烈意愿。

传统车企纷纷启动IPO，从一个侧面显示了新能源赛道的火

热。对此，盘和林表示：“电动化、网联化和智能化是大势所趋，而实现这些需要资金，传统企业一方面通过合纵连横整合资源，和巨头合作，另一方面通过成立合资公司开拓IPO渠道，获得产品开发的资源和资金。”

“传统车企向新能源领域转型是一个大方向，在这个过程中，必然需要凝聚各方资源及资金，而通过IPO上市，是一个很好的融资渠道。”柏文喜认为，“这不仅可以促进各家车企在新能源领域的快速发展，也将进一步推动整个新能源汽车市场的成熟，均有正向作用。”

记者观察

多行业龙头缘何集体跨界入列“造车新势力”

■张 敏

如果要评选各行业龙头企业所属“赛道”的最大交集，智能化造车全产业链应该能够毫无悬念的胜出。有趣的是，即使已经容纳了商业模式鲜明的专业智能造车企业，以技术和渠道带动合作的手机及家电行业龙头，乃至以资本“开路”的来自互联网、地产等领域的跨界者等各种类型的“造车新势力”，该赛道仍不显拥挤，还有部分企业正在赶来的路上。

那么，这些龙头企业(包括提供核心配件、渠道合作的企业)缘何在智能化造车领域产生如此广泛的共鸣呢？大数据或许能够从市场空间

维度给出答案。

目前，我国全国机动车保有量达到3.8亿辆，驾驶人达4.65亿人，今年一季度新注册登记机动车996万辆，创同期历史新高。另有数据显示，截至2020年底，我国汽车数量已经超过2.8亿辆。如果按照未来十年内，80%的汽车更换率和平均车价10万元来保守估算，仅存量汽车更换带来的市场规模已超过22万亿元。结合我国承诺的“双碳目标”来看，智能化新能源车的市场份额有望实现不可逆性上升。此外，去年11月份，国务院办公厅印发的《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》提出，到2025年，新能源汽车新车销售量达到汽车新车销售总量的

20%左右。

智能化造车产业的配套产业政策也令人期待。例如，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》明确提出，“积极稳妥发展工业互联网和车联网”。车联网是汽车与信息通信和道路交通运输等行业深度融合的新型产业，实现车、路、云交互发展，其发展自然是造车产业发展的“加速器”。

如果市场前景还不够充分解释为什么各界龙头企业汇聚于造车赛道，那么智能化造车产业的估值体系优势或许能够在一定程度上对此进行补充说明。毕竟，在海外资本市场，入行不足20年的特斯拉的市

值已经超过了一众传统百年车企。

与传统车企在燃油车领域已经构建起较高的准入门槛不同，智能化造车实际上是一次几乎同时出发的起跑，“选手们”比拼的核心是融资成本、技术创新能力、渠道整合能力等，概括来说，是对新经济场景的综合应用能力。

因此，全球资本市场大多愿意以不同于评价传统工业的估值体系来评估“造车新势力”的发展前景和市值。“跨界造车”在一定程度上融入了传统领域的行业龙头对于估值新坐标的引领追求。

虽然前景广阔、估值诱人，但是智能化造车行业的“淘汰赛”也将异常残酷。事实上，2019年，“造

车新势力”中的“专业选手队伍”已经历过一轮洗牌，即便是目前的胜出者，也大多曾面对艰难时刻。结合目前的发展阶段来看，智能化造车是资本和技术“双密集型”行业，市场前景与现实之间还有相当的距离，概念车和商业化量产之间难以跨越的鸿沟，估值体系的整体优势与个体的获得感并不能简单一一对应，行业内竞争仍在加剧……由此来看，造车企业的“翻车”风险不可低估。

对于“造车新势力”而言，只有谨慎评估自身的“驾驶技能”，高效配置资金、技术、人才和大数据等市场要素，才能真正在新赛道“安全驾驶”、笑到最后。

药企跨境交易笔数5年增长300% 中国创新药国际认可度提升

■本报记者 张 敏

国际化成为当下中国医药创新走向全球体系的一个重要话题。

据咨询机构 ChinaBio 统计，2020年中国药企和海外药企的跨境交易达到271起，相较2015年增长300%。其中，中国创新药企向海外授权的案例逐渐增多。

“目前创新药市场整体发展方向良好，投融资充沛，临床、商业化进展整体符合市场预期。同时近一年时间里看到诸多license out的合作项目落地，反映了海外市场对中国创新药资产认可度的提升，说明中国创新药的发展进入新阶段。”工银国际研究部医药行业总分析师张佳林在接受《证券日报》记者采访时

表示。对于当下的中国创新药市场，中国医药创新促进会执行会长宋瑞霖在接受《证券日报》记者采访时表示，从中国医药创新的角度来看，国际科学技术合作是必然的，否则根本不可能走到创新的前列。中国的医药创新要想融入全球医药创新体系，不可避免地要走这条路。除了license in，我们国家也有license out。随着中国医药创新能力提升，也会走向更高的层面，未来也将有更多中国创新药走向国际市场。

然而，受限于政策、文化以及市场深耕等因素，中国创新药企的国际化之路才刚刚开始，道阻且长。当下，中国创新药出海的动力是什么？出海的方式是什么？未来面临

的挑战又在哪里？

中国创新药企加速出海

纵观产业发展历程，中国创新药在政策支持下取得了诸多进展，吸引了外资的关注。“2015年之前，外资药企在中国几乎很难找到可以引进的项目，现在几乎每家外企都在中国寻找项目。”启明创投投资合伙人唐艳向记者介绍。

5月18日，港股上市公司信达生物与礼来制药共同宣布，美国食药监局(FDA)已正式受理由双方共同合作研发的PD-1药物信迪利单抗注射液联合培美曲塞和铂类用于非鳞状非小细胞肺癌(NSCLC)一线治疗的新药上市申请(BLA)。这也是信达生物在美国的首个上市申请。

4月28日，百济神州宣布BTK抑制剂泽布替尼对比伊布替尼用于治疗成年复发或难治性(R/R)慢性淋巴细胞白血病(CLL)/小淋巴细胞淋巴瘤(SLL)患者的头对头全球3期临床试验在中期分析中取得积极结果。泽布替尼是目前全球唯一一款在针对两项血液恶性肿瘤的治疗中，开展头对头临床试验以评估疗效和安全性的BTK抑制剂，也是我国首个与外资药企进口药物开展头对头3期优效性试验的本土研发抗癌新药。

据《证券日报》记者梳理，近年来，众多创新药企都获得了FDA突破性疗法认定、孤儿药认定以及获得快速通道审评资格认定。

与此同时，中国创新药企向海

外授权的案例逐渐增多。例如：加科思在研药物SHP2项目以超8.55亿美元授权跨国药企艾伯维(AbbVie)，成为中国自主研发的小分子抗肿瘤药向海外市场进行专利授权金额较大的一笔交易之一。得益于这项交易，加科思在2020年实现收入4.86亿元，是港股生物科技上市公司少有的商业化之前就能产生收入，拥有“造血机制”的公司。此外，待产品上市后，加科思拥有大中华区的全部商业化权益，合作伙伴负责海外市场销售，加科思将收取百分之十几的销售费用作为销售提成。

通过合作伙伴把药物销往全球市场，加科思董事长兼CEO王印祥博士将这一模式称作“借船出海”。

走出去是必由之路

无论是开展头对头临床试验、获得孤儿药资格，以及通过license out对外合作，这些创新药企的目标指向很明确，那就是国际化，让产品快速进入国际市场。

“出海是中国生物科技公司的未来的趋势，这是业界共识。”唐艳表示。

中国生物科技公司有迫切的出海动力。唐艳介绍，中国的处方药市场2020年约1.2万亿元，而全球市场超过9000亿美元(约5.85万亿元)，中国处方药在全球市场中的占比较低。跨国药企罗氏每年的处方药销售额超过3000亿元人民币，而A股的医药龙头年销售额为200亿元人民币，不足罗氏的1/10。销售规模的差值来自海外市场。

唐艳向记者介绍：“从定价上来看，同样的产品，中国和美国相比，价格相差非常大。中国的创新药研发付出了较长时间和资金，考虑到成本与收益，走出去是必由之路。”

唐艳表示，对本土药企而言“得全球市场份额者得天下”。“目前创新药出海最大的挑战还是在于资产本身，包括靶点的创新性、资产的独特性、临床进展的领先性，以及临床数据(特别是海外)的质量。整体来看，国内药企走出国门尤其是走到成熟法规市场的经验较少，因此寻找合适的伙伴、充分了解市场、监管法规、交易规则等，都是需要考虑的。”张佳林表示。

“中国药企总体资本相较海外大药企而言并不充足，而全球多中心临床花费巨大，一旦失败将严重拖累公司业绩。”森瑞投资研究总监何山向《证券日报》记者表示。

产品质量是出海关键

在中国创新药出海加速之际，其竞争也在加剧，与传统的跟随式创新不同，市场越来越趋向于全球首创新药(first in class)。

唐艳向记者表示，项目质量和技术实力是成功出海的硬实力，生物科技公司的商务拓展(BD)能力则是不可或缺的软实力。“本土企业需要了解国外药厂如何从科学上看待在研项目，也要了解对方在法律条款上的关注点。”唐艳称。

她认为，除了已经获批上市的

项目之外，外资越来越关注早期的在研项目，甚至临床前的项目，“能对外授权的早期项目必须是全球首创药，如果不是全新项目，大药厂没兴趣。”

王印祥是贝达药业的创始人之一，也是中国首个Me-too小分子抗肿瘤药盐酸埃克替尼的发明人。如今，他已经开始二度创业，成立加科思药业。

在生物医药行业深耕的经历让他对产业发展规律有了更深入的认识，他认为，“创新药的行业转折点已经出现，快速跟进式创新的红利已经不多，未来十年，行业机遇属于有能研发面向全球市场的原创新药的企业。”

SHP2抑制剂是加科思的首个进入临床的项目。王印祥介绍，SHP2靶点作为PD-1的下游和KRAS的上游，治疗肿瘤的潜力已被业界认可。从进度来看，加科思的SHP2抑制剂是全球第二个进入临床试验的项目，仅比诺华晚大约半年，稳居全球前三；从技术实力来看，加科思的在研药物的分子活性与剂量特性优于同类项目。

全球首创新药对企业提出了很高的研发要求。“研发全球首创新药没有同类文献可供参考，整个研发过程需要艰难摸索，如果快速跟进式创新的难度是三级，首创新药的研发难度则有九级。”唐艳称，“现在还几乎没有一个本土药企的大型、完全创新的随机对照双盲的三期临床实验在国外取得成功。”

广安爱众党委书记、董事长张久龙： 紧抓“碳达峰、碳中和”机遇 转型智慧能源公用服务商

■本报记者 舒娅娅 见习记者 蒙婷婷

从2020年9月份，我国提出“二氧化碳排放力争于2030年前达到峰值，努力争取2060年前实现碳中和”这一目标起，作为国内少有的集水电气于一体的公用事业综合运营服务商，广安爱众便开始酝酿，并最终提出了转型升级战略。

“实现‘碳达峰、碳中和’目标意味着颠覆性的能源革命、科技革命，对公司来说，既具挑战更具机会。”广安爱众党委书记、董事长张久龙近日接受《证券日报》记者专访时表示，公司经营的均是清洁能源，绿色低碳优势明显，公司将抓住“碳达峰、碳中和”机遇向一站式智慧能源公用服务商转型，目前已经构建“3+5”战略承接模式，谋划六大路径，加快推进能源供给侧清洁化、低碳化综合性布局，消费侧能源高效化、低耗利用，服务全国7个省市的供区百姓。

“3+5”战略承接模式下强化主营业务

在主业方面，把城市水电气客户转化为综合客户。“据权威数据，能源消耗排放的温室气体占总排放70%以上，其中电力、建筑、交通、工业企业占能源消耗的80%以上，城市是能源消耗的主体，为城市各行业提供清洁综合供能是能源革命的必经之路。”张久龙表示，在城市综合供能领域，广安爱众有20余年深耕城市水电气运营经验。公司提出的“3+5”战略中，“3”代表水电气三大主营业务，是公司立命之本，在坚守“技术过硬、管理精进、对标先进”前提下，公司将通过5个新业务承接平台的打造，促进自身不断发展壮大。

水电气主营业务方面，广安爱众目前已有200多万用户。张久龙告诉记者，“公司正在积极进行系列兼并扩张，力争在未来用户数达到500万甚至800万。水电气用户都是强关联关系，客户对公用事业的信任度非常高，随着用户数增加，将为公司旗下掌上爱众APP引流，最终为公司贡献利润。”

掌上爱众APP已初步具备引流转化能力。据透露，随着南方供暖市场的需求逐渐旺盛，公司2020年“双十一”时已快速切入分布式地暖市场，并取得了一定成效。截至2020年底，掌上爱众APP累计注册用户接近80余万户，实现客户网上缴费超过5亿元。“通过主营业务未来几年用户数量的大幅增加，掌上爱众APP引流等带来的地暖、家庭燃气具、同城电商等具有公用事业高信任度的产品销售将会成为公司新的利润增长点。”张久龙称。

今年4月份，广安爱众曾对外公告称，公司全资子公司广安爱众资本、金砖一创投基金拟以自有资金或自筹资金合计5亿元通过股权收购和增资扩股方式投资巨能科贸。投资完成后，爱众资本将持有巨能科贸21.89%的股权，金砖一创投基金将持有巨能科贸21.89%的股权。张久龙表示：“收购巨能科贸后，公司将成功打开达州市、泸州市、宜宾市、哈尔滨市、齐齐哈尔市等燃气市场，覆盖38万余城市用户，有利于公司拓宽城市低碳能源供给范围，向500万用户目标更进一步。此次对外并购，是公司做大主业的重要举措之一，在公用事业板块，我们希望成为具有影响力的服务商，并向服务商的更高层次转型。”

转型一站式智慧能源公用服务商

为助力“碳达峰、碳中和”，广安爱众紧紧围绕主业节能降本增效、清洁能源倍增计划、清洁能源友好消纳、终端能源消费低碳化、构建综合能源服务平台、积极参与碳交易六大方向战略布局。在强化主业的同时，广安爱众还提出了向一站式智慧能源公用服务商转型，即“3+5”战略承接模式中的“5”。具体为：深圳爱众资本平台、能源工程公司平台、新能源智慧产业园平台、服务公司平台、云算科技公司平台。

张久龙告诉记者，“五大转型业务平台公司整体构建了产业投资、工程实施、智慧运营、系统支撑、综合服务等于一体的一站式智慧公用服务商解决方案，可有效解决能源行业企业与客户的大多数诉求，也为能源行业生产方式低碳转型提供了强有力的支撑。”未来，广安爱众将通过参股、并购或自建等多措并举方式，持续在可再生资源领域投资、新能源智慧产业制造、综合能源服务等方面下功夫，储备一些光伏和风电项目，实现能源最优化的多元互补。

“公司正在探索光伏+光热模式与供暖系列技术、综合能源+节能系列技术、互联网+能源等转型业务技术，同时探索依托广安爱众城市级综合能源优势的商业模式推广与复制。”据张久龙介绍，目前公司正在尝试构建一个新型用能模式，即新能源智慧产业园平台，公司将在这个产业园采取最新技术、运维方式和综合能源供给方式去实现能源的低碳化，随着这一模式得到充分验证后，或将有望在更多新建园区推广和复制。

作为全国目前地市级运营规模最大的综合性水、电、气公用事业运营服务商，广安爱众经营的均是清洁能源，相比独立的能源、火电等企业，广安爱众具有更加显著的优势和特点。据了解，“十三五”期间，公司累计水电发电量超过75亿度，累计减少煤炭燃烧约300万吨，累计燃气销售约24亿m³，累计减少煤炭燃烧约400万吨，累计减少温室气体排放1800余万吨，相当于700家国家生态环保部认定的重点排放企业年温室气体排放量。

张久龙表示：“能源的‘碳达峰、碳中和’是一个综合性、系统性的工程，城市是能源消耗的主体。广安爱众助力城市实现‘碳达峰’的核心是实现‘三化’——供给侧清洁化、消费侧高效化和能源侧市场化。广安爱众将积极探索构建能源大数据中心，推动能源企业碳排放管理建设，参与国家碳排放权交易、四川‘碳惠天府’机制碳排放量交易。”