

聚焦车企发展新动向

传统边缘车企加速整合出清 造车新势力密集建厂扩产打响产能战

■本报记者 龚泽淳

近日有消息称,湖南猎豹汽车股份有限公司(简称“猎豹汽车”)今年4月底已进行破产重组。《证券日报》记者就此向接近猎豹汽车人士进行核实,据称猎豹汽车已经在申请破产,经法院判定后将会引进战略投资者。

天眼查显示,猎豹汽车目前有2条破产案件警示信息。2020年11月20日,猎豹汽车的上游供应商天津百利得汽车零部件有限公司申请猎豹汽车破产审查。2021年4月30日,猎豹汽车在湖南省长沙市中级人民法院申请破产。据上述人士透露,至少有3家意向投资者欲参与猎豹汽车的重组,包括传统整车制造企业、造车新势力和财务投资人,均有意单独竞标。

无独有偶,曾经背靠北汽集团与重庆银翔事业集团、被业内认为“含着金钥匙出生”的北汽银翔也于今年被法院批准进行破产重整。

近年来造车势力分化加剧,一边是多家传统边缘车企经营遇困;另一边是蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车等以制造新能源汽车为主的“造车新势力”不断传来扩产建厂的消息。先是小鹏汽车宣布签约武汉制造基地;随后,蔚来汽车和合肥市共同规划的新桥智能电动汽车产业园区正式开工。

多家传统车企陷入破产危机

猎豹汽车的母公司长丰集团始建于1950年6月份,1984年长丰猎豹从传统的军工产品转向开发旅行车、猎豹轻型越野车等民用产品。彼时,猎豹汽车身披“军工品质”“中国越野车之王”的标签大获成功,推出了黑金刚、CS10等众多经典车型。

但从2020年开始,猎豹汽车相继

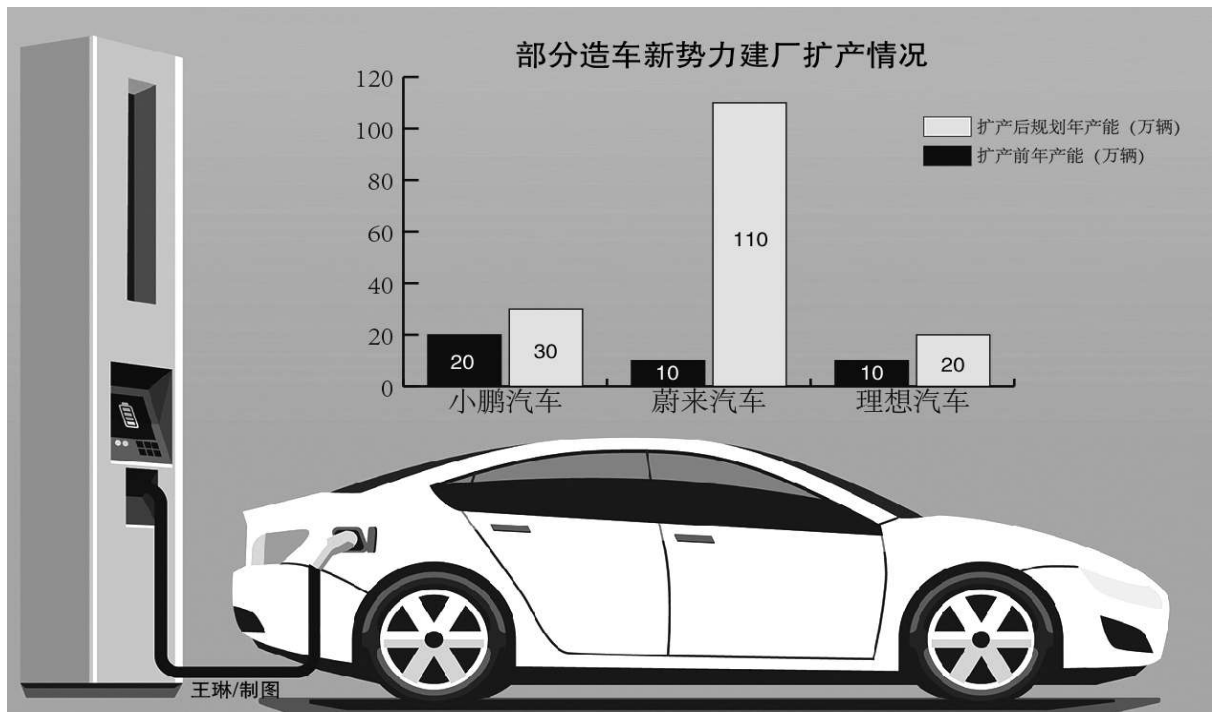
曝出经销商维权、配件断供、经销商停止免费售后服务、售后服务热线停机 etc 负面信息。另外,猎豹汽车长沙工厂也被吉利托管,为吉利生产新能源汽车。这意味着,曾经声名在外的猎豹汽车已经在走“下坡路”。

《证券日报》记者还注意到,与猎豹汽车遭遇类似的还有北汽银翔,也于今年被法院批准进行破产重整。北汽银翔是北汽集团与重庆银翔实业集团于2010年成立的整车企业,其中北汽集团持股26%,银翔实业持股61.4%,国开发展基金持股12.6%。

记者了解到,北汽银翔从2014年起创立幻速品牌,年销量一度逼近30万辆高点,成为当时车市的一匹“黑马”。但随着消费升级及车市不断发展,北汽幻速并没有跟上产品变革的步伐。2016年上半年,北汽幻速的主力车型幻速S3销量同比下降27.9%,幻速S2累计销量仅为2234辆,同比大降80.4%。2017年,北汽幻速车型的合计销量仅为15.2万辆,大幅下滑43%。

汽车销量飞速下滑,加上银行抽贷,导致北汽银翔资金链崩裂。2018年,北汽银翔经营危机全面爆发,消费者、经销商、供应商的讨价声不断。虽然北汽集团、银翔实业集团、重庆市合川区政府联合向北汽银翔提供了20亿元的资金支持,但北汽银翔还是没能熬过传统车企的“寒冬”,不得不在2019年宣布破产重整。

《证券日报》记者在中国裁判文书网上查询到《北汽银翔汽车公司申请破产重整破产民事裁定书》(简称《裁定书》)。《裁定书》显示,此次破产重整计划的执行期限为6年,重整后的北汽银翔从2021年起至2026年逐步清偿债务和利息。如果至2026年不能根据重整计划偿债,则宣告破产。今年举办的重庆车展上发布的全新汽车品牌“北汽瑞翔”正是北汽银翔破产重组后的全新企业。



品牌“北汽瑞翔”正是北汽银翔破产重组后的全新企业。

造车新势力忙着建厂扩产

在多家传统车企陷入破产危机的同时,很多新造车势力却在忙着建厂扩产。

今年以来,小鹏已接连上马多个工厂项目。据小鹏汽车武汉产业基地项目情况公示,小鹏汽车的武汉制造基地占地约1100亩,将建设整车及动力总成工厂,整车项目规划年产能10万辆,是小鹏汽车继广东肇庆、广东广州之后布局的第三个整车生产基地。届时,小鹏汽车的国内年产能将达到30万辆。

随后不久,蔚来汽车位于合肥新

桥智能电动汽车产业园区的第二工厂也宣布开工,预计明年第三季度开启生产。据介绍,新桥智能电动汽车产业园的前期投资为500亿元,规划整车年产能可达100万辆。扩产前,蔚来汽车的整车年产能仅为10万辆。

理想汽车官网也在近日发布招聘信息称,面向社会急聘北京生产基地工厂厂长一职,全面负责新工厂的规划、筹建、投产及运营管理,工作地为北京市顺义区,公司将之命名为“二工厂”。这也是此前媒体所报道的理想汽车规划的新工厂。

早在今年5月27日就有消息称,理想汽车计划在北京市顺义区建立一座全球旗舰工厂,总投资达60亿元,依托原北京现代第一工厂的厂房及土地资源,打造数字化、柔性化智

能制造工厂,计划于2023年投产。

据了解,截至目前理想汽车仅在常州拥有一座工厂,年产能10万辆。新浪财经专栏作家林示介绍称,理想汽车曾预计,从今年10月份起月产量达到1万辆以上。“要达到月销万辆的目标,理想汽车需要对产能进行提升。直接将北京现代第一工厂收入麾下,无疑将进一步增强理想汽车未来应对市场需求的能力。”

“到2030年,新能源汽车在中国市场的渗透率有望达到70%。产能扩充的背后,是造车新势力备战未来增量空间的野心。”在林示看来,无论是蔚来还是小鹏、理想,在闯过交付关、迈过上市槛之后,扩充产能已成为提高市占率的必走之路,都希望早日通过规模化发展赢得市场先机。

多国发布“禁售燃油车”时间表 长城汽车为何专情内燃机研发？

■本报记者 赵学毅
见习记者 张晓玉

近年来,“禁售燃油车”已成为汽车行业的老话题,部分国家和地区甚至相继通过相关提议。其中,挪威四大主要政党在2016年曾联合宣布,最快将在2025年禁止销售新燃油车。荷兰、法国、英国、瑞士、比利时、瑞典等欧洲国家也纷纷提出禁售燃油车计划,计划在2025年到2040年间实现禁售燃油车。日本更是明确了禁售燃油车的具体时间,计划到2035年实现“销售的新车100%为电动化车辆。”

随着世界众多国家和地区先后为“禁售燃油车”制定时间表,国内车企纷纷重金押码新能源汽车发展路线,甚至宣布停止传统汽车发动机研发。

然而,在大多数传统车企目标转向新能源汽车的趋势下,长城汽车仍在大力研发内燃机。这背后到底有何深意?

内燃机仍有较长生命周期

2000年5月份,蜂巢动力的前身保定长城内燃机制造有限公司成立。2018年,长城汽车旗下零部件蜂

巢易创业务实现独立运营,业务涵盖动力系统、传统系统、电驱动系统和智能转向系统。

蜂巢动力作为蜂巢易创旗下子公司,经过21年的发展,已实现发动机累计产销量1000万台,成为国内首个发动机销量达千万台量级的自主品牌。

随着我国“双碳”目标的提出,传统汽车行业向新能源转型开始提速。在这样的背景下,长城汽车为何依旧在大力发展内燃机?

长城汽车蜂巢动力研究院院长李健回忆记者称,“我们现在确实面临行业转型的挑战,汽车动力系统正在进行深刻变革。但我们认为,内燃机依然有较长的生命周期,能够满足客户各种各样的使用场景。”

全联盟购车会信用管理专委会专家安光勇对《证券日报》记者表示:“内燃机产业的寿命,并不会因目前炒得火热的新能源汽车而迅速缩短。新能源汽车要想颠覆一个发展了一个多世纪、现已极其成熟的传统汽车行业并非易事。新能源汽车企业要面对的不仅仅是技术层面的问题,还要面对安全性、稳定性、综合环保效果以及汽车文化的挑战。”

“要解决这些问题,还需要相当长的时间。在短期内,不可能把所有传统汽车都替换成新能源汽车。”北方工业大学汽车产业创新研究中心研究员张翔表示。

长城汽车蜂巢易创科技有限公司联席董事长陈晓亮表示:“未来车用动力将是多种形式。传统动力可能会越来越少,但发动机加电机的不同组合模式必将存在很长时间,发动机燃烧做功的方式并不会被替代,因此我们对动力的研究也不会中断。”

研发重点聚焦混合动力

值得注意的是,汽车及所在交通行业(航空业除外)尚未被纳入碳市场当中。公开数据显示,交通领域占我国总碳排放量的16%,虽然较国际能源署发布的交通部门占全球总体碳排放贡献率四分之一(2018年的数据)的数据更低,但自2012年以来,我国交通运输领域的碳排放年均增速一直保持在5%以上,已成为温室气体排放增速最快的领域之一。

在经济低碳化的发展趋势下,作为汽车核心零部件的传统内燃机产

业将面临前所未有的挑战。据2020年发布的《节能与新能源汽车技术路线图2.0》规划,到2035年,汽车产业要实现电动化转型,传统能源动力乘用车全部转为混合动力、新能源汽车成为主流,节能汽车与新能源汽车的销量将各占50%。

张翔表示,“在此背景下,我国汽车生产企业必须积极推动内燃机与电驱动技术的融合发展,推动内燃机产业转型升级,未来双动力的内燃机和混合动力电机将成为主流。”

李健指出,“面对汽车动力领域的转型升级压力,我们未来的研究将更多专注于混合动力,并深化替代能源的技术研发,推动替代能源的规模化应用,更好地满足客户的期望和要求。目前我们正在针对市场契合度做进一步的开发。”

实施全生命周期碳足迹管理

中国内燃机工业协会秘书长邢敏指出,内燃机作为热效率最高的动力机械,是国民经济的主导动力装置,未来几十年仍将在移动式动力装置中占有支配地位。近年来,中国内

燃机工业得到快速发展。未来,降低碳排放放成为整个内燃机行业的首要课题与重要任务,高效、低碳、清洁和燃料多元化将成为内燃机行业技术发展的新趋势。

李健介绍称:“长城汽车蜂巢动力将持续聚焦低碳、性能、智能等三大核心,从常规、混动、碳中和性燃料三个维度进行重点攻关,进行相应的产品升级迭代,囊括1.5L到3.0L的全部主流排量,实现从自吸到增压、从常规到混动、高低功率的全面覆盖。”

陈晓亮透露,未来3年,长城汽车蜂巢动力将基于汽油、柴油、合成燃料、氢气等四种燃料形式,以及EG、EB、EC、EN、EZ、ED等六大产品平台,推出23款发动机产品,适用于N种使用场景,其中包括一款热效率达45%+的混动专用发动机。

长城汽车方面表示,除了在发动机使用端上努力“减碳”外,公司还将实施涵盖原材料、零部件,从生产、运输、使用到回收的全生命周期碳足迹管理,重点协同推进绿电能源、生产能耗降低、固废削减、再生材料开发等,助推企业低碳化工作的落地,打造内燃机市场绿色生态。

获腾讯和米哈游“捧场” Soul的“元宇宙”概念能否为亏损“回血”？

■本报记者 许洁
见习记者 王君 李豪悦

强调自己“不是约会软件”的Soul(一款基于兴趣图谱和推荐关系的社交App),在近期更新的招股书中写道,“我们的使命是建立一个‘灵魂’社会元宇宙。”这句宣言将Soul未来打造的业务清晰揭露出来:赚“虚拟世界”爱好者的钱。

这一目标,马上为Soul吸引来志同道合的盟友。据了解,Soul此次赴美上市拟发行1320万股,发行价指导区间为13美元/股至15美元/股。值得注意的是,《原神》游戏的开发商米哈游将出资8900万美元参与私募配售,腾讯全资子公司则持有Soul 49.9%的股份。

然而,想做社交“元宇宙”的Soul至今仍未盈利。靠“打造元宇宙”的雄心,能为Soul弥补巨额亏损吗?

腾讯、字节跳动也爱“元宇宙”

“元宇宙”概念诞生于29年前,美国科幻小说家尼奥·斯蒂文森在小说《雪崩》中介绍了一个平行于现实世界

的网络世界,即“元宇宙”。每一个现实世界中的人,都会在“元宇宙”中拥有一个网络分身。

资本市场真正接受“元宇宙”概念,要归功于今年3月份登陆美股的美国游戏平台Roblox。据了解,Roblox重新定义过的“元宇宙”包含八大要素:身份、朋友、沉浸感、低延迟、“内化”、随地、经济系统和文明。要实现这些元素,需要企业对VR、AR、AI、5G、云游戏、数字货币等技术都有深入布局。将这些概念聚集一身的“元宇宙”第一股Roblox,在上市首日股价大涨54.4%;截至6月22日,Roblox市值已达470亿美元。

Roblox在资本市场大获成功并不意外,即便是国内市场也有众多互联网巨头在探索“元宇宙”的奥秘。2021年3月份,MetaApp完成1亿美元C轮融资,号称“元宇宙”赛道的国内最大单笔融资。一直对游戏市场兴趣浓厚的字节跳动,也在今年4月份拿出近亿元人民币,投资“中国版Roblox”代码乾坤。腾讯除了参与Roblox的C轮融资外,还拿下其中国区产品发行的独家代理……

将自己置身“元宇宙”赛道的

Soul,同时吸引了腾讯和米哈游的注意。最新招股书显示,本次IPO发行获得米哈游8900万美元的私募配售;腾讯全资子公司Image Frame Investment在持有Soul 49.9%股份的同时,还拥有25.7%的投票权。

Soul的经营业绩还在亏损

具有浓厚社交属性的Soul,为何要贴上“元宇宙”的标签?艾媒CEO兼首席分析师张毅对《证券日报》记者分析称,Soul对“约会软件”形象的否认,以及对“元宇宙”的打造,都在有意避开社会责任需承担的风险。

一位资深游戏从业者钟克(化名)告诉《证券日报》记者,不管Soul是否将自己标榜为“年轻人的元宇宙”,还是自称“灵魂社交”,都是为了与陌陌、探探等交友平台进行区分,以拔高自己的调性,吸引更多新用户入驻。

但是,想做社交“元宇宙”的Soul至今仍未盈利。招股书显示,自2019年以来,Soul的业绩一直处于亏损状态。2019年、2020年及2021年一季度,Soul分别亏损3亿元、4.88亿元、

3.83亿元,其中2020年和2021年一季度净亏损额分别同比扩大62.67%和624.7%。销售和营销费用是Soul最大的开支,2019年、2020年及2021年一季度,其营销费用占营收比分别达到278.1%、120.9%及192.9%。

一直对“元宇宙”兴致勃勃的米哈游为何会选中Soul?“与其说米哈游看中Soul的‘元宇宙’概念,不如说是需要Soul平台上的‘Z世代’用户为自己的游戏引流。”钟克表示,在游戏行业,一个优质用户(周留存用户)的获客成本大约在10美元,Soul的月活跃用户有几千万,这笔账算下来,米哈游的8900万美元投资并不亏。”此外,与米哈游合作,也能降低Soul的获客成本。

招股书介绍,截至2021年一季度,Soul的月活跃用户达到3320万,73.9%的活跃用户是90后,Soul已成为“Z世代”用户渗透率最高的App之一。

张毅认为,“另一款社交平台陌陌是靠直播变现,但社交型直播这股风再发展下去会遇到一定的瓶颈,对后来者而言,显然不是一个更好的变现方式。soul和米哈游的合作,更像是将用户引到游戏领域

来变现。”

Soul的“元宇宙”还没有雏形

喊出“元宇宙”口号的Soul,或许还未打造出“元宇宙”雏形。

据招股书介绍,Soul目前仍是在线社交游乐场,AI技术主要体现在提升内容识别和用户记忆能力上,以满足用户社交体验。但根据Roblox定义的“元宇宙”,若想成功打造符合行业理解的虚拟世界,对VR、AR、AI、5G、云游戏、数字货币等技术都需相应投入。

钟克认为,“Soul的‘元宇宙’仍停留在10年前的线上交友和5年前的社区概念上。”在钟克看来,Soul现有的捏脸系统,只是披上一个“xx星球”的标签等技术,并不代表成熟的虚拟形象技术,产品上也缺乏用户之间的深度交互。

“做深度交互,肯定需要用户利用一些实体设备,或通过VR等技术实现。目前Soul的核心还是陌生人社交,技术还没达到塑造‘元宇宙’的水平。”

对此,《证券日报》记者采访Soul相关负责人,问及是否在技术层面有新的推动。对方回应称,目前处于缄默期,不便回复。

“医+检+药+险”模式 难成叮当快药独有护城河

■本报记者 许洁

“叮当快药不只是一个药品大卖场。”这是叮当快药创始人兼董事长杨文龙对企业的定位。在这个目标的引导下,叮当快药在2020年宣布,打造“医+药+检+险”闭环,加入快速检测和保险业务。

2021年6月,叮当快药完成2.2亿美元的战略融资,但“医+药+检+险”闭环却变成了“医+药+险”。6月21日,叮当快药相关人士对《证券日报》记者回应称,此轮融资是要加快推进“医+药+险”的健康到家战略。对于没有提及“检”(快速检测业务)的原因,公司称“一切以官方信息为准”。

药品采购与议价能力被指不足

叮当快药是一款基于O2O的医药健康类互联网产品,由仁和集团董事长杨文龙于2014年9月创立。天眼查App显示,从2016年至今,叮当快药已先后完成7轮融资,融资金额累计超过35亿元。

叮当快药的竞争对手,既包含京东健康、阿里健康、平安好医生等平台企业,也包括海王星辰、大参林等头部连锁药店在内的自营企业,可以说是竞争非常激烈,光靠成立时的那句“28分钟送药上门”已经无法稳固叮当快药的护城河。

久谦咨询的一位行业分析师在接受《证券日报》记者采访时表示:“如果将叮当快药与头部连锁药店进行比较,叮当快药的优势主要有三点。一是选址方面采用栅格化方法,即在门店规划阶段就细致研究城市规格,划分栅格,以最小的门店数量达到最优坪效。二是运营和营销方面具有优势。相较于连锁药房,叮当快药拥有专门的技术团队与专门的线上咨询团队,有助于提高客单价。三是送货速度优势。叮当快药自建物流渠道,相较于连锁药店自营O2O采用的第三方物流模式,送货速度更快。”

该分析师还指出,叮当快药的劣势在于药品采购与议价能力不及头部连锁药店。

5月20日,叮当快药的运营主体叮当快药科技集团有限公司发生多项工商变更,泰康人寿等18名机构股东集体退出。据媒体报道称,因拟于年底赴美上市,叮当快药正在调整股权结构,以符合境外上市要求。在叮当快药启动上市前,阿里健康、平安好医生、京东健康已先后在港交所上市。

从业务模式来看,阿里健康、平安好医生、京东健康等三家上市公司与叮当快药类似,均在“在线医疗+医药电商+健康保险”领域布局。

《证券日报》记者从极光获得的数据显示,按照30日安装留存率对比,2021年5月份,安装留存率最高的为平安好医生,达56.24%;其次为阿里健康(医鹿)的54.2%;叮当快药为48.13%;京东健康为39.72%。从30日活跃留存来看,京东健康排名第一,为5.72%;阿里健康(医鹿)排名第二,为3.19%;叮当快药为3.04%;平安好医生为0.95%。

如果将叮当快药所代表的自营O2O模式,与阿里健康、京东健康代表的平台型O2O模式进行比较的话,上述分析师表示,“前者的优势在于私域流量能够更好地进行用户沉淀、患者管理、后续价值开发以及对各业务板块的强管控;后者的优势在于模式更轻、规模更大。”

业务模式或难形成独有护城河

据悉,2020年O2O医药市场规模约140亿元左右,其中叮当快药当年收入在15亿元—20亿元左右,市占率约为13%。要想快速提升收入规模,获得更高估值,叮当快药还需要更加努力。

叮当快药在“检”领域其实有过实践行动。今年1月底,叮当快药与华大基因合作,在叮当快药App上,针对部分一二线城市率先推出核酸检测预约及专业护士上门检测服务。

在“险”领域,叮当快药与慕尼黑再保险公司合作推出“互联网问诊保险”,希望打造覆盖常见多发疾病及对症药品的百万医药保险产品,解决用户日常病痛不便去医院就诊的痛点。

叮当快药在“医”上的动作并不多。2018年,其与医联展开战略合作,对外称“拥有50万实名认证医生和2万签约医生”的医联将为其提供医生团队、互联网医院资质等医疗服务资源。但一位知情人士在6月21日向《证券日报》记者透露,“叮当快药与医联的合作主要是在药品上,在医生资源层面并没有合作。”对于该说法,叮当快药并没有给予回复。

“在医、药两方面,近几年很多互联网医院、医药电商平台都已经在做。在快速检测和保险方面,叮当快药都是与检测公司、商保公司合作,后者与互联网医疗公司的合作并不具备排他性,美团、饿了么、京东这些O2O平台公司未来同样有机会与其合作,发展类似业务板块,而且这些O2O平台拥有更大的流量。”上述分析师表示,“因此,‘医+检+药+险’业务模式并不会成为叮当快药独有的护城河。”