影豹上市5个月质疑声不断 广汽传祺营销品控不力恐难续传奇

本报记者 龚梦泽

作为国内车市中“偏科生”，广汽传祺依仗GS4、GS8等SUV车型活跃销量榜单的日子已一去不复返。在意识到SUV市场相对饱和之后，广汽传祺将目光转移到轿车上。但在轿车领域，广汽传祺却始终难有起色。

据《证券日报》记者了解，此前，广汽传祺推出的GA4、GA6两款轿车更多存活在网约车市场，在个人用车端鲜有人问津，摆在广汽传祺面前的困局是，很难通过现有轿车产品的革新达到激活品牌活力的目的。

如今，在消费结构逐渐年轻化的大背景下，广汽传祺终于倾力打造出一台运动轿跑——影豹，原本期待该车型能够在轿车领域有所作为，可现实却是新车的推出不但没有帮助广汽传祺挽回颓势，反而陷入了无止境的争议之中。

影豹的销售数据被外界质疑“放卫星”。以“金九”销量为例，据乘联会数据显示，影豹销量为6153辆，而其8月份（正式上市首月）销量仅为3900辆，与广汽传祺高调宣传动辄几万辆的高订单差距颇大

王琳/制图

影豹遭遇口碑质量双重打击

早在广汽传祺影豹上市之初，对这台车性能的质疑便随之而来。广汽传祺影豹搭载了一台1.5T发动机，最大马力177Ps，最大扭矩270N·m。实际上，这一系列参数在小排量涡轮增压发动机中算是中上水平。或许是太想博眼球，又或是太渴望出圈，广汽传祺给影豹标出了6.95秒破百公里的官方加速成绩，这个标定被质疑与实际有一秒多的差距，让影豹成为众矢之的。

从动力参数上看，主流同级车型中，领克03最大功率为132千瓦，荣威i6 MAX最大扭矩为275牛米，据此传祺影豹并没有明显的优势。动力参数只是一个方面，性能好坏还取决于变速箱对于动力的传递效率，悬架系统对于底盘的支撑，以及轮胎的使用等。所以，影豹拔高数据并不明智。

除性能涉嫌虚标之外，影豹的销售数据也被外界质疑“放卫星”。以“金九”销量为例，据乘联会数据显示，影豹销量为6153辆，而其8月份（正式上市首月）销量仅为3900辆，与广汽传祺高调宣传动辄几万辆的高订单差距颇大。

从上险量看，影豹9月份上险量仅为3926辆，相比其宣称中的1.5万辆与3万辆的订单量更是差距悬殊。而同期，影豹的直接竞争对手名爵6上险量为5171辆，本田思域则达到11249辆。

事实上，影豹被质疑的不止于数据层面玩“虚标”。在车辆驾乘使用环节，影豹也并没有带给消费者应有的体验。记者在第三方汽车投诉平台发现，目前，影豹的故障投诉量已达43起。包括车身附件及电器投诉31起、变速器8起、转向系统2起、发动机和前后桥悬挂各1起。服务投诉更是达到78起。要知道，这是一款上市仅仅4个月的新车。

广汽传祺品牌影响力难“御寒”

如今的广汽传祺拥有完善的产品线，4款SUV、3款轿车、2款MPV，还有各种衍生车型。但从现状来看，广汽传祺虽产品矩阵丰富，但仅有M8能算得上爆款，这也是建立在MPV市场体量不大的基础上。而在激烈的轿车和SUV市场中，广汽传祺处境难捱。

由于2020年疫情形势严峻，在低基数的情况下，同比增长、环比增长成为部分车企在销量快报中最乐意引用的单项数据。但若看销量绝对值，今年8月份，广汽传祺的总销量仅为21584辆，这一销量数据大概个什么水平呢？

相较自身而言，2017年1月份，上市2年的第一代传祺GS4达到了月销量巅峰，销量达到34870辆。这意味着广汽传祺如今全系车型的月销量不及当年单一车型的月销量；2018年1月份，广汽传祺达到了月销量巅峰，全系车型当月销量60661辆，如今全系销量也仅是当时的三分之一。

横向比较国内其他自主品牌车企，时针拨回到2019年6月份，彼时广汽传祺的销量是45618辆，在自主品牌里销量仅次于吉利和长安汽车，位列季军。年之后，今年10月份，吉利和长安汽车仍以8.65万辆和8.52万辆的成绩位居榜单前列，而广汽传祺则滑落至第九的位置，被五菱、比亚迪、哈弗、荣威、奇瑞等一众自主品牌超越。

不得不承认，曾经的销量担当广汽传祺GS4既有原创风格，同时富有品质感，它的成功合情且合理。然而成也GS4，败也GS4。随着新车迭出，GS4的更新失速，广汽传祺被其他车企拉开差距。数据显示，2021年1至10月份，传祺GS4的累计销量为71936辆，同比下降21.89%，在SUV销量排名中仅位列第32名。

在GS4之外，昙花一现的第一代GS8尽管曾上演自主品牌车型抢夺合资品牌份额的经典案例，但终究其产品力和口碑没能继续支撑广汽传祺销量上攻；广汽传祺M8以及M6的高光表现，印证了广汽传祺懂得如何制造爆款，但奈何MPV市场本身份额并不大，难以帮助整个品牌扩大发展。

在日益激烈的市场竞争环境下，广汽传祺显得有些急功近利，影豹的一系列性能虚标即是明证。“主力产品走量、车型更新迭代、深层的技术研发和积累，每一项最终落在品牌上都是持久战。”一位不愿具名的行业分析师认为，现阶段，对手都在依靠主力产品的红利深耕品牌影响，实现发展向上，更有子品牌成功走出了高端化路线。对于广汽传祺而言，已经到需要大破大立的时候了。

公告速递

北交所首个再融资项目获受理 诺思兰德发力新药研发

本报记者 赵学毅
见习记者 许林艳

12月23日晚间，诺思兰德发布公告称，公司定向增发股票申请获得北交所受理。不过，最终能否通过北交所审核，并获得中国证监会同意注册的决定及其时间尚存在不确定性。

“北交所受理首个再融资项目，进一步完善了北交所的资本市场功能，可以更全面为挂牌企业提供更丰富灵活多样的服务，提高对‘专精特新’企业的吸引力，健全多层次资本市场体系。”香颂资本董事沈萌在接受《证券日报》记者采访时说。

诺思兰德是一家创新型生物制药企业，主要从事基因治疗药物、重组蛋白质类药物和眼科药物的研发、生产与销售。12月3日，公司发布了2021年度向特定对象发行股票募集说明书（草案），12月23日发布了募集说明书（申报稿）。

根据公司募集说明书（申报稿），本次发行的募集资金总额不超过3亿元人民币，扣除发行费用后将投资于以下三个项目：一是加快新药研发进度，增加项目研发管线；二是加快新药产业化落地，实现收入规模增长；三是满足运营资金需求，提升公司抗风险能力。

诺思兰德近两年归母净利润均为亏损状态，2021年前三季度，亏损扩大至3786.46万元。2020年公司营收虽然较2019年增加了3418.69万元，增幅高达471.44%，但主要来源于技术转让。报告期内，公司实现技术转让收入2700万元。

中利集团“老树发新芽” 光伏组件产能释放助力高质量发展

本报记者 陈 红

风雨十载志不改，老树新枝更著花。

作为‘光伏扶贫第一股’的中利集团历经十余年光伏产业跌宕起伏，坚持谋变创新，砥砺前行。2021年在行业和政策新机遇下，中利集团光伏组件产能持续释放，为其高质量可持续发展按下“加速键”。

“2010年，公司建设光伏产业板块，当时总投资50亿元。从电缆业务切入光伏产业，起初没有品牌基础，在电站建设完成之后，再把自己的光伏产品推出去，品牌慢慢打开国内市场进而走向国际。到现在为止，公司共出货36GW的组件，建设了7GW的光伏电站，光伏电站建设在中国民营企业里遥遥领先。”中利集团业务分管负责人陈波瀚接受《证券日报》记者现场采访时说。

“目前，公司在全球拥有常熟本部、腾晖泰国、山东腾晖、泗阳腾晖4个光伏生产基地，年内还有新建的宿迁腾晖、沛县腾晖两个新基地建成投产，达产产能处于持续爬坡阶段。”陈波瀚表示，伴随光伏组件产能的不断增长释放，有望助力公司扭转因光伏扶贫电站等因素拖累造成的不利困境，并重回业绩快速增长的轨道。

战略合作远超18项 “光伏朋友圈”持续扩大

中利集团于2009年在深交所挂牌上市，是一家生产阻燃耐火软电缆的国家高新技术企业。公司主营光伏组件、特种线缆两大板块业务。截至2021年9月底，公司总资产达153.17亿元，净资产达41.27亿元。

《证券日报》记者注意到，近一年多的时间里，中利集团的新能源“光伏朋友圈”持续扩大。

据中利集团12月22日最新披露的公告，从2020年10月份以来，中利集团签署并正在履行的战略合作多达18项，涉及北控清洁能源集团、北京天润新能投资、国家电投集团湖北绿动新能源等知名企业及城固县等政府部门，相关项目将在地面光伏、整县分布式光伏、储能电站开发建设、光伏运维等领域展开全面合作。

“公司披露的战略合作，主要为建设规模较大及金额较大的项目。实际上，公司签署并正在履行的新能源光伏领域的合作项目，远超于披露的数据，只是金额未达到公告披露标准。”陈波瀚说。

对于上述多个项目的签订，北京特亿阳光新能源总裁祁海坤向《证券日报》记者表示，“2021年是十四五规划的开局之年，也是‘双碳’战略目标正式启动元年。作为新能源电站建设领域的先行者，中利集团顺应行业发展趋势，重点布局该业务。”

“这些合作协议的落地，一方面存量电站项目资产可以得到盘活变现，另一方面在电站开发方面获得强力‘盟友’的支持，对于公司明年的业绩具有积极意义；公司将有更多机会向全国展示创新技术与实力，进而蓄积更多创新动能等。”祁海坤说。

行业及政策加持 计划两年再造“三个腾晖”

今年以来，在新能源光伏行业高景气及政策利好加持下，中利集团计划自2021年至2022年两年时间，再造“三个腾晖”光伏体量的产能。

据陈波瀚介绍：“新建山东腾晖光伏生产基地规划的5GW组件和3GW电池，项目一期已于今年一季度正式投产运营；新建泗阳腾晖光伏生产基地规划的5GW组件和5GW电池，项目一期已于今年第二季度正式投产运营；新建宿迁腾晖光伏生产基地项目一期组件产品今年10月下旬首片下线；新建沛县腾晖光伏生产基地项目一期组件产品今年11月下旬首片下线。”

“此外，新建的光伏生产基地规划项目二期及三期计划未来1年至2年内陆续投产运营。”陈波瀚对《证券日报》记者说。

在新能源光伏板块，中利集团先后推出了三代光伏电站开发模式，第一代为“智能光伏+科技农业”，填补了全球空白；第二代为“贫困村光伏农场”，被国务院扶贫办认定为村级扶贫重点项目；第三代为整县区域内屋顶分布式光伏项目，创新“6+1”模式，是目前公司大力推进的助力整县实现碳中和的重点项目。

“截至目前，公司已为全国60个贫困县，约2500多个贫困村建设扶贫电站，实际容量累计建设超1.1GW，项目团队人手充足，具有较为丰富的工程资质和建设经验，能够满足公司已签订及后续将开发的整县分布式光伏项目的需求。”陈波瀚向《证券日报》记者表示。

谈及中利集团特种线缆板块，陈波瀚进一步表示，公司特种线缆业务通过30多年的发展、积累了一批长期稳定的优质大客户，市场占有率位列行业第一且持续稳定提升。

数千项专利技术 为实现“弯道超车”做足准备

“2010年至2020年，行业主要超额收益集中在上游硅料、硅片环节。2020年以后，光伏行业第三轮重要技术变革将可能经历‘HJT与PERC’并存的过程。这对于身处光伏行业时间长达约十五年的‘光伏老兵’中利集团而言，将是风险与机会并存的挑战。”陈波瀚表示。

目前，光伏行业正处技术变革过渡期。为顺应行业发展机遇，实现“弯道超车”，近年来中利集团除了产能布局外，还在技术方面做了大量准备工作。

陈波瀚表示，“公司向来以技术主导为主，截至目前，公司拥有专利已经达到1000多件，其中发明专利221件，这些均与公司现在销售产品密切相关。公司还拥有三个院士联合创新中心及三个博士后科研工作站，还拥有两个CNAS国家实验室及一个江苏省重点实验室。”

实际上，为实现“弯道超车”，中利集团进行了诸多努力。采访中，《证券日报》记者了解到，从厂房空间的角度看，公司下属的腾晖本部、山东腾晖、泗阳腾晖、宿迁腾晖、沛县腾晖等光伏生产基地都预留了新生产线的厂房空间；从资金层面角度看，公司考虑出售包括商业电站、其他板块子公司股权等资产，通过做减法回笼资金；另外，公司还在考虑通过引入战略投资者的方式，对腾晖光伏、腾晖光伏的子公司进行增资扩股。

自救时刻*ST广珠收到二次问询函 铁精粉定价等问题惹关注

本报记者 赵学毅
见习记者 李昱丞

筹划重大资产重组的*ST广珠再收问询函。12月22日晚间，*ST广珠在回复重大资产重组草案问询函的同时，披露了来自上交所的二次问询函，涵盖了评估基准日后的分红、兴宁城投的回款风险、铁精粉定价、注入资产是否有利于增强持续经营能力等问题。

根据*ST广珠重大资产重组草案，公司拟向兴宁城投出售城运公司92.00%的股权，兴宁城投用其及其控股股东名下约210亩南部新城土地为分期支付70%实际支付款设定抵押。

根据*ST广珠2020年年报，南部新城首期范围内可通过招拍挂出让的住宅和商业用地面积不少于6000亩，但截至2020年12月31日，南部新城首期土地一级开发累计出让土地合计250.13亩，差异较大。

就此，二次问询函要求*ST广珠对两项数据的差异进行说明，并且据此判断本次兴宁城投将南部新城相关土地用于专项支付及抵押土地的可变现能力。

此外，二次问询函再次提出对铁精粉定价是否过高的疑问。*ST广珠回复公告显示，2016年至2020年，大顶矿业铁精矿销售平均价格分别为361.52元/吨、456.47元/吨、389.67元/吨、461.85元/吨和597.25元/吨，价格整体低于600元/吨，价格波动大且远低于本次交易评估价格685元/吨。因此，*ST广珠被要求说明是否存在高估铁矿石销售价格进而抬高标的资产估值的情况。

大顶矿业经营性资产包的财务状况也引起交易所二度发问。草案及回复公告显示，截至9月30日，大顶矿业经营性资产包中合同负债金额高达45627.72万元。另外，资产包的短期借款为4507.08万元，一年内到期的非流动负债为15613.14万元，货币资金仅为5877.92万元，货币资金远低于短期有息负债。

对此，二次问询函要求公司补充披露与合同负债对应的经营资金具体投向，并说明公司是否有充足的现金流维持生产经营。

在第一次问询回复公告中，*ST广珠曾称，大顶矿业采取预收货款再发货的销售模式，合同负债需要企业以后交付产品，纳入经营性资产包，但与之对应的经营资金已经投向与主业经营无关的行业，相关资产无法纳入经营性资产包。

不过作为对比，截至今年三季度末，同样从事铁矿石开采、铁精粉生产的上市公司金岭矿业合同负债仅为4425.24万元，仅占资产的1.28%，而大顶矿业经营性资产包的合同负债是资产的161.40%，是导致净资产为负的重要原因之一。

如此高额的合同负债，与之对应的经营资金究竟流向何处引人关注。

“合同负债在会计上指的是企业已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务，这种负债根据合同要求，需要履行对客户的交货义务。”锦华基金总经理、中国注册会计师秦先生在接受《证券日报》记者采访时表示，与合同负债相关联的经营资金投向与主业经营无关的行业，可能的风险在于公司在资金管理的内部控制制度出现了漏洞，需要关注这家公司是否能有能力继续履行合同负债对应的交付商品的义务，并且需要关注大顶矿业无力履行义务时对*ST广珠的影响。

12月27日，*ST广珠将召开临时股东大会，对重大资产重组草案进行审议。有业内人士分析认为，对于面临退市风险的*ST广珠而言，如果本次重大资产重组失败，将会引起一系列连锁反应，首当其冲的是2020年财报无法表示意见的审计意见无法消除，进而影响到今年财报的审计意见，最终可能会导致公司因为连续两年财报被出具非标意见而退市。

“上市公司多次被出具无法表示意见的财报，股票可能会被暂停交易。之后会如何发展，要看公司如何应对，触发退市风险也是难以避免的。”IPG中国首席经济学家柏文喜告诉《证券日报》记者。

芒果TV上调会员价格 为优质内容加码或成行业常态

本报记者 何文英

12月22日，芒果TV宣布，自2022年1月2日起对芒果TV PC移动影视会员价格进行调整：连续包月价格上涨1元、连续包季价格上涨5元、年卡价格上涨20元、连续包年价格上涨10元，月卡、季卡价格维持不变。

值得关注的是，继腾讯和爱奇艺之后，芒果TV已是年内第三家对会员价格进行上调的长视频平台。中央财经大学数字经济融合创新发展中心主任陈端在接受《证券日报》记者采访时表示，“长视频平台会员价格普遍上调主要还是行业趋势使然，在优质内容制作以及引进成本加大而广告收入遭遇冲击的背景下，以更大力度资源投入优质内容生产、强化内容本身的版权变现，是巩固和提升平台竞争力的重要举措。”

在价格调整的同时，芒果TV将全面升级会员权益矩阵，包括观影特权、线下互动特权，并新增电商购物特权等系列权益。其中，在电商购物特权上，新增小芒电商平台专属优惠、会员福利购；在线下互动特权上，新增MCITY城市限定代金券、指定演唱会优先参与权、指定音乐会优先参与权、节目录制优先参与权等。

芒果TV母公司芒果超媒董秘吴俊对《证券日报》记者表示，“一方面，价格调整是行业趋势，另一方面也是芒果TV自身内容储备到了厚积薄发的时点，我们有充分的信心能够给会员带来物超所值的优质内容和增值服务。”

在长视频平台纷纷上调会员价格的背后，长视频行业与日俱增的成本压力也随之凸显。

陈端表示，“长视频平台的生存压力来自多个方面，一方面，贴片广告收入受经济环境影响有所下滑；另一方面，受短视频平台分流影响，长视频平台的商业资源也受到一些挑战。在此背景下，上调会员价格是缓解成本压力的现实选择。”

上调会员价格是否会造成会员数量的流失，在整体收入上形成此消彼长的局势呢？一位不愿具名的媒体行业的券商分析师对《证券日报》记者表示，“爱奇艺提价首个季度会员有所下降，不过也有内容因素的影响，长期来看，会员提价对会员数量、平台业绩的影响则需要进一步观察。”

陈端表示，“与短视频的场景化快餐化消费模式不同，长视频平台的立足之本仍在于优质内容IP的打造，尤其是在内容IP价值分化态势明显的大背景下，加大内容引进以及内容制作的成本投入，才能更好地维护平台吸引力和竞争力。”

陈端认为，平台提升会员费用的同时，可以在优质内容基础上提供增值服务。“一方面可以在平台内部打通原有产品服务体系，实现更好的交叉导流和服务升级；另一方面提升平台与外部资源的联动能力，通过外部资源的变相导入来提升会员的获得感。”

此次芒果TV的会员提价在优质内容与增值服务方面均做好了相关准备。内容储备方面，《尚食》、《少年派2》等头部大剧，《乘风破浪的姐姐3》、《披荆斩棘的哥哥2》、《明星大侦探》等综N代将于2022年上线芒果TV；增值服务方面，MCITY城市限定代金券、指定演唱会优先参与权、指定音乐会优先参与权、节目录制优先参与权也将成为芒果会员的独家福利。

本版主编 于德良 责 编 徐建民 制 作 闫 亮
E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785