

国产Model Y项目启动

特斯拉A股产业链将持续受益

1月7日,特斯拉在上海临港工厂举办中国制造Model 3交付仪式暨中国制造Model Y项目启动仪式。特斯拉CEO埃隆·马斯克在发布会上透露,除了Model 3与Model Y,未来将在中国制造其他车型。

□本报记者 崔小粟

年底Model 3将100%国产化

“我们共同创造了令人惊叹的上海速度。”马斯克在交付仪式上表示,并对特斯拉上海超级工厂寄予厚望。此次向10位特斯拉社会车主交付了国产Model 3。

事实上,2019年12月30日,特斯拉中国上海超级工厂生产的Model 3已完成对内部员工的小范围交付。这比特斯拉预计的2020年一季度交付时间大幅提前。

特斯拉工厂2019年1月7日破土动工,实现了当年开工、当年投产、当年交付。

特斯拉国产后,降价幅度超出市场预期。特斯拉2020年1月3日宣布,国产基础版Model 3将从35.58万元/辆降至32.38万元/辆。在享受免征购置税政策以及新能源汽车的补贴后,国产Model 3基础版补贴后的售价为29.9万元/辆,跌破30万元/辆大关。

特斯拉上海工厂制造总监宋钢透露,目前国产特斯拉的零部件本地化率为30%,计划在2020年底提升到100%国产化。随着供应链快速本土化,特斯拉未来还有进一步的降价空间。

兴业证券发布的研究报告显示,在中国制造的Model 3毛利率显著高于在美国生产的Model 3,其生产成本比美版低20%-28%。兴业证券预计,国产Model 3具备27%-34%的降价空间。

供应商新一轮配套机会

马斯克在现场宣布Model Y项目启动。据了解,Model Y是一款7座SUV,是特斯拉旗下第五款量产车型。该车标准续航续航里程230英里。

马斯克表示,Model Y将采用更先进的生产制造技术。“一些消费者更偏好SUV,Model Y将给消费者提供更好的需求。”

按照计划,Model Y将在2020年10月在上海工厂试生产,预计交付时间为2021年春季。不过,特斯拉现将这一计划提前。

马斯克此前表示,部分Model Y将与Model 3车型一起在特斯拉上海超级工厂生产。上海工厂生产入门款Model 3、Model Y;其他Model S和Model X以及高配款Model 3、Model Y仍由美国工厂负责生产。

根据特斯拉网站信息,Model Y的最新预估售价为此前的43.5万元/辆-52.6万元/辆调整为44.4万元/辆-53.5万元/辆。

美东时间1月3日,特斯拉公布了2019年第四季度车辆生产和交付数据。第四季度生产电动汽车10.49万辆,交付电动汽车约11.2万辆。2019年全年,特斯拉累计交付约36.75万辆,同比增长50%。

分析人士指出,以Model 3为代表的平价车型有望推动特斯拉产销再上台阶。而Model 3的量产有望复制此前苹果iPhone 4产业链的盛况。

马斯克表示,Model Y将基于Model

3平台研发。这会大幅降低特斯拉的研发投入支出。同时,Model 3和Model Y可以共享七成零部件。Model 3、Model Y在华投产,这将给中国零部件供应商带来新一轮配套机会。

天风证券认为,国产化加入门级Model 3和Model Y投放,有望推动特斯拉销量增长。原有供应商在产品品类、配套比例等方面有潜在的增配空间。同时,江浙沪优质的全球零部件供应体系由于性价比竞争力和区位优势有新入选机会。从市场拓展角度看,配套特斯拉将极大助力这些零部件厂商进一步开拓中高端客户,更好地分享新能源汽车产业红利。

联动效应值得期待

近期特斯拉股价连创历史新高,这将对A股特斯拉产业链形成带动效应。

根据Wind数据,截至美东时间1月6日收盘,特斯拉报收451.54美元/股。过去一个月以来,特斯拉股票上涨超30%,总市值达814亿美元。

根据东吴证券的分析,2017年2月-2017年9月,特斯拉股价一路上涨;在此阶段,A股特斯拉指数超额收益达15%。2019年12月,特斯拉股价再创历史新高,并一路上涨至今;目前,A股特斯拉指数超额收益达10%。

从苹果公司股价表现及其对A股相关公司的影响看,苹果公司股价自2010年2月创历史新高后一路上涨,2012年下半年至2013年上半年回调后,再次一路上涨至2015年2月。在此阶段,A股苹果指数相对上证综指超额收益达501%,期间出现德赛电池、歌尔股份、立讯精密、环旭电子、大族激光等牛股。2017年2月,苹果公司股价再次突破前期新高,持续上涨至2017年11月。在此阶段,A股苹果指数超额收益达24%,大族激光、信维通信、立讯精密、欧菲光、安洁科技等公司涨幅居前。2019年10月,苹果公司股价再次突破前期新高,并持续上涨至今。相应的,A股苹果指数超额收益达17%。

东吴证券表示,当苹果或特斯拉股价创历史新高时,A股相关产业链都将产生一波明显的主升行情。背后原因在于,相较于工业化经济时代,新经济时代萨伊定律的重要性越来越高,即“供给创造需求”。

中信证券认为,特斯拉国产化给国内供应链带来需求和能力的提升。建议重点关注三类直接供应链:第一类是技术壁垒高,产品具有领先性,特斯拉供应链“绕不开”的标的,如三花智控、宁德时代、宏发股份等;第二类是虽然产品壁垒并不高,但特斯拉边际业绩弹性大。如拓普集团等;第三类是已经供应的零部件企业,如旭升股份、华域汽车、宁波华翔、均胜电子、岱美股份等。同时,建议关注通过配套LG化学、宁德时代等锂电巨头,间接配套特斯拉的全球优质供应链企业,如璞泰来、新宙邦、先导智能等。



新华社图片

车企2020年将打好技术品牌升级战

□本报记者 张兴旺

亚星客车、长安汽车、广汽集团、吉利汽车等多家车企近日披露了2019年全年产销情况,车企表现不一。不少公司表示,2020年将坚决推进企业高质量发展,以产品为核心,打好技术品牌升级战。

销量表现不一

根据亚星客车披露的产销数据,公司2019年12月份销量为595辆;同比下降46%;2019年累计销量为5096辆,同比增长7%。

中通客车销量情况较为可观。2019年,中通客车累计汽车产量152万辆,同比增长17.88%;销量为151万辆,同比增长14.40%。

有的车企销量下滑。1月7日晚间,*ST安凯公告称,2019年公司累计客车产量5762辆,同比下滑21.86%;销量为5692辆,同比下滑22.42%。长安汽车2019年12月份产量为19.70万辆;2019年累计产量为179.74万辆,上年同期为199.89万辆。2019年累计销量为176万辆,上年同期为207.46万辆。2019年,广汽集团累计销售汽车206.22万辆,上年同期为214.79万辆,同比下滑3.99%。广汽集团表示,与行业平均下滑约9%相比,广汽集团表现优于行业约5个百分点。

此外,港股公司吉利汽车2019年12月销量13万辆,同比增长39.3%。2019年累计销量136.16万辆,完成了全年136万辆的销量目标。吉利汽车同时公布2020年销量目标为141万辆,同比增长3.6%。

华创证券认为,短期看广汽丰田和广汽本田全新车型将提振2020年销量及利润。

高质量发展

广汽集团表示,2019年汽车行业遇到极大挑战。广汽集团顶住车市下行压力,面对不断增加的困难和挑战,一手抓改革,一手谋发展,以高质量发展为统领,采取各种积极有效的措施,保持经营平稳运行,在逆境中表现出强大的发展韧性。2020年,广汽集团将努力挑战全年汽车销量同比增长8%的目标。

广汽集团董事长曾庆洪在广汽集团2020年经营工作会上表示,2020年,广汽集团要以“一个中心,两个不动摇,三个转变,四个变革”为主线,即坚持以质量效益为中心,坚持自主创新 and 合资合作不动摇,加快推动制造向创造、速度向质量、产品向品牌转变,全面推动质量变革、效率变革、动力变革和体制机制变革。坚决推进企业高质量发展。经营工作要强调“稳”,业绩增长要突出“质”,经营管理要聚焦“效”。

吉利控股集团总裁、吉利汽车集团CEO、总裁安聪慧表示,吉利汽车将以市场为原点,以用户需求为导向,以产品为核心,以市场占有率提升为目标,坚持走高质量发展路线,保持战略定力不放松,打好技术品牌升级战,加速海外市场开拓,推动中国制造迈向全球价值链中高端,助力中国汽车品牌持续向上。

吉利汽车表示,2020年,吉利汽车将推出BMA架构第二款SUV“吉利icon”、CMA架构打造的“领克05”、吉利首款中大型多功能SUV“VX11”等6款全新产品以及多款改款车型。2020年,领克车型将进军欧洲市场,迈出领克品牌全球化发展的关键一步。

“捐赠式”突击保壳招数频现

□本报记者 康书伟

商赢环球、*ST凯瑞、*ST河化、*ST德奥、*ST皇台、ST云网近期陆续披露资产赠与公告,赠与方来自公司控股股东、战略合作伙伴、潜在5%股份以上重要股东,甚至一些“不相关”的第三方也加入了这一行列。

年末最后时刻的捐赠行为,大多是相关利益方为了实现上市公司保壳而做的应急之举。业内人士表示,在对突击保壳监管趋严、审计机构把关尺度日益严格的背景下,债务重组、资产出售、政府补贴等传统保壳方式面临挑战,这是导致采取赠与手段保壳案例频频出现的主要原因。

监管部门对赠与背后的商业合理性、赠与方与相关方的利益安排、赠与资产的产权瑕疵、会计处理方式等予以高度关注。随着年报审计推进,这些捐赠资产的价值、确认时点等能否得到审计机构认可仍是未知数。

“压哨”捐赠

从上市公司披露的公告看,捐赠行为集中发生在2019年最后一个月,部分动作甚至出现在12月31日这一会计年度的最后时刻,而相关信息的披露时间已经是2020年1月。

对于“压哨”捐赠行为,一位具有丰富保壳经验的业内人士告诉中国证券报记者,传统的保壳方案一般是债务重组、资产出售和政府补贴这些常规手段,但出售资产的定价等方面留有一些运作空间。不过,形势已经出现了变化。监管部门公开表态,要对突击交易保壳从严监管。通过土地、房产、股权等各类资产出售实现处置收益,购买子公司增加并表资产或利润,以资产投入股确认重估收益,以及通过会计政策、会计估计变更调节利润等常规手段均被认为是构成突击保壳的形式。

传统手段收紧,只能另辟蹊径,资产捐赠这种方式被当作底牌推出。以*ST猛狮为例,公司2018年年报披露后就已暂停上市。截至2019年三季度末,公司净资产为-7.97亿元,净利润为-7.48亿元。如果2019年不能实现利润和净资产转正,公司面临退市风险。2019年,公司试图通过债务重组自救,关联方杭州凭德投资管理有限公司(杭州凭德)作为公司债务重组合作方拟以不超过12亿元的资金推动债务重组,从而实现豁免债务合计金额不超过20亿元。但截至2019年12月31日,公司仅豁免债务64776.92万元,预计可贡献债务重组收益64776.92万元。于是,公司在2019年最后一天推出“股权转让+现金捐赠”的组合拳。2019年12月31日,公司转让上海派能能源科技股份有限公司2.847%股权,预计可获得投资收益1144.63万元;杭州凭德关联方宁波致云股权投资基金管理有限公司向公司捐赠3000万元现金。

业内人士介绍,保壳可以说是一场与时间赛跑的游戏,其中12月31日是一个关键时间节点,有的公司为此不惜在程序上留一些瑕疵,但会采取一些巧妙的设计。比如,提前以其他理由发出在12月31日前召开的临时股东大会通知,一旦保壳方案需要上股东会,便以临时提案形式“加塞”。

从现实的案例看,由于时间紧迫,资产捐赠方案大多较为粗糙,相关审计报告缺失,资产权属证书不齐全,未履行完所有审批程序的情况很常见。即使如此,相关方也要赶在12月31日前先行办理完资产过户。在*ST皇台资产捐赠案例中,公司董事会决议时,捐赠标的的相关产权证明文件尚未取得,只有取得后方可进行审计、评估;*ST德奥2019年12月31日披露捐赠公告时,评估机构尚未走完评估报告正式文本出具的内部流程。此外,有的上市公司捐赠方案须经公司股东大会审议,但资产过户在股东大会前便已完成。

对于此类行为,监管部门尤为关注捐赠事项是否满足报告期内会计确认利润和资产的条件,对相关会计科目影响的具体确认期间和将捐赠标的纳入公司合并报表范围的具体时点。

谁在捐赠

一家*ST公司相关负责人告诉中国证券报记者,其所在公司的自身条件难以通过传统套路保壳,只能走捐赠之路。公司早就在寻找合适的资产捐赠方。

从实践案例看,控股股东及其关联方是主要捐赠方。在*ST皇台、*ST河化、ST云网等企业,都是控股股东或其关联方担任资产捐赠方。在*ST德奥的案例中,捐赠方昆明迅图投资有限公司有意参与公司的司法重整。而*ST凯瑞的捐赠方此前与公司无关联,主动提出捐赠后将增持公司不低于5%股份。

如果大股东自顾不暇或者没有直接控股股东、实际控制人,这些公司如果需要资产捐赠就只能找第三方了。不过,通过第三方捐赠资产会带来新的问题——商业合理性以及如何回报捐赠方。在商赢环球的捐赠案例中,出现了“路人甲”式的捐赠方。上海骑遇科技有限公司拟向公司无偿赠与其所持有的中航航科20%的股权。公司披露该交易为非关联交易。

对于捐赠行为,特别是“路人甲”式的捐赠,其商业合理性、捐赠方与上市公司及控股股东等的关系、未来的利益安排尤为值得关注。

资产难觅

“财务保壳的核心一般就是两张表中的两个科目,资产负债表中的净资产以及利润表中的净利润。”业内人士表示,资产捐赠作为保壳的终极方案,往往根据相关上市公司的保壳需要量身定做。

随着IPO审核提速以及科创板的快速推进,用来保壳的资产越来越难找。“能有两三亿元估值的资产,一般一年会有2000万-3000万元利润。这样的公司现在大都寻求独立IPO,不愿意和壳公司玩。因此,只能寻求一些房产、土地或者现金资产来救急。”一位业内人士说。

但房产、土地的捐赠面临临的问题——高额的税费和不可控的交割时点。尤其是后者,对于保壳者尤为关键。“房产过户远比企业股权变更程序复杂。但这些资产须在12月31日前完成过户,否则可能无法满足审计机构对利润、资产确认的相关要求,导致白忙活。”该人士表示。

在*ST德奥的捐赠案例中,为了资产捐赠能够被审计机构确认,方案做了兜底设计。2019年12月30日晚间,公司披露资产捐赠方案,其控股子公司云南伊立浦工贸有限公司的少数股东昆明迅图投资有限公司(迅图投资)拟将其持有的1000万元现金及价值约1.73亿元的房产无偿捐赠予伊立浦工贸。捐赠资产在协议生效后20个工作日内完成过户。迅图投资2019年12月31日前就上述房产的捐赠向伊立浦工贸以现金和/或第三方担保的方式提供1.73亿元履约保证金,如未在约定时间内完成过户登记,履约保证金确认为捐赠资产,不予退还。

业内人士表示,在不能保证房产12月31日按时过户的情况下,通过提供与房产等价值的履约保证金这样的“兜底”安排,明显就是为了消除房产过户时间问题带来的审计机构对资产确认的疑虑。

“对公司2019年度损益的影响及具体会计处理以年度审计机构审计结果为准。”这是捐赠公告中通常会出现的内容,但投资者不容忽视。不到最后一刻,很难说量身定造的保壳方案能获得监管部门和审计机构的认可。

网红带货被质疑

金字火腿称未迎合热点炒作股价

□本报记者 潘宇静

因涉网络直播“带货”概念,金字火腿被市场热捧,并受到监管机构关注。1月7日晚,金字火腿回复深交所关注函称,公司不存在利用互动易平台主动迎合热点、炒作股价并配合减持的情形。

销售占比较小

深交所要求金字火腿说明,公司与淘宝主播及其他主播的合作模式、合作内容,并提供与其常年合作的证明性材料等问题。金字火腿表示,2019年公司累计与淘宝、抖音、快手平台的相关主播合作达71次。

金字火腿此前在互动易平台回复投资者提问时表示:“公司对网红直播早有涉猎,长期与淘宝主播合作,不断拓展合作覆盖范围。”受此影响,金字火腿股价一度大涨。深交所随即下发关注函,要求公司说明

是否存在利用互动易平台主动迎合热点、炒作股价并配合减持的情形。

1月5日,金字火腿将其产品安排在网络“红人”李佳琦的直播间。销售战报显示,5分钟时间金字火腿的麻辣香肠卖出超过10万包,总计销售额突破300万元。1月6日,金字火腿涨停,换手率为7.34%。截至1月7日收盘,公司股价上涨近3%。

金字火腿称,相关主播通过直播、短视频等形式对公司品牌和产品进行带货销售或导入流量,公司则给相关主播一定的推广费用和销售佣金。公司主要与淘宝、快手、抖音等平台的主播、达人进行合作。与淘宝主播、快手主播的合作主要以直播带货的形式销售公司产品。与其他如抖音达人、快手达人等的合作则主要采取以短视频植入公司产品,进行宣传推广、导入流量和销售。

金字火腿表示,网红带货模式是公司

营销工作的渠道之一,属于公司正常的生产经营范围事项,且在公司整体销售中占比较小。本次互动易平台上投资者的提问不涉及公司重大事项及内幕信息,为使投资者更加深入了解公司真实的业务及发展情况,公司作出了答复。答复内容符合公司的实际情况,不存在主动迎合热点、炒作股价的情形。

网红生态迎来商业变现

在2018年年报中,金字火腿提及2019年的工作重点将在电商渠道继续推进电商平台分销店铺的拓展,重点开拓社交电商平台、内容电商及直播电商,加强沟通并匹配适销产品,做好全渠道电商平台开发等事宜。

金字火腿指出,与相关主播的合作,有利于扩大公司的品牌知名度,有利于扩大对公司产品的了解,有利于扩大公司对年

青用户群体的覆盖面,有利于扩大公司的销售渠道,并产生一定的销售收入。不过,该操作模式仍不是公司的主要销售来源,其占公司的销售比例较低,对公司整体业绩的贡献较小。

兴业证券研报显示,网红生态2019年迎来大规模商业变现,整体规模为数千亿市场,且处于爆发初期。网红流量的主要变现方式为打赏、电商和广告。根据华西证券研报,截至2018年12月,短视频用户规模已达6.48亿人,网民对短视频的使用率高达78.2%。

“随着短视频的崛起和其营销价值的飙升,在头部短视频平台的带动下,短视频广告逐渐普及并有望成为主流广告形态。短视频营销市场规模从2016年的7.5亿元提升到2018年的140.1亿元,年复合增长率为332.2%,预计在2020年市场规模进一步提升到600亿元。”华西证券表示。