

在股权设计、车型规划、技术布局、渠道建设等方面创新突破

比拼造车新势力 传统车企“盯上”豪华新能源车市场

● 本报记者 崔小粟 万宇

2021广州车展刚刚落幕,作为年内最后一个A级车展,广州车展素有“中国汽车市场风向标”之称。中国证券报记者发现,多家传统车企在本届车展亮相新品牌,成为本届广州车展上一支不可忽视的“新势力”。同时,面对汽车智能电动化的发展趋势,以及造车新势力的持续扩张,传统自主车企在股权设计、车型规划、技术布局、渠道建设等各方面寻求创新突破,抢占高端新能源汽车市场。



2021广州车展,北汽ARCFOX极狐的展台

视觉中国图片

豪华新能源车仍是“蓝海”市场

飞凡、沙龙、阿维塔、极氪……在人头攒动的2021广州车展展馆里,出现了一众崭新的“面孔”。

“这款车续航怎么样?智能配置如何?性能表现如何?”消费者带着既好奇又疑惑的心情围在新品牌的展台前,向工作人员咨询其性能和各项参数。

“从11月20日起,公司每天10点放出100辆车订购名额。截至11月26日,这100个名额平均每天在1分57秒内就全部抢完。”智己汽车工作人员告诉中国证券

报记者,虽是新品牌,但在车展上的订单量比较乐观。

正在体验智己汽车L7的方先生告诉中国证券报记者,“家里准备买第二台车,我打算买电动车。因为倾向于买熟悉车企的车,所以最近重点看了上汽、广汽和比亚迪旗下的新能源汽车。”

2020年以来,不少传统车企在新能源车方面不约而同地推出全新高端品牌,或将旗下新能源车品牌独立运营。包括长城汽车的沙龙、吉利控股集团的极氪、东

风集团的岚图、长安汽车的阿维塔、北汽新能源的极狐、上汽集团的智己等。

我国的豪华新能源汽车市场目前仍是一片“蓝海”。相关数据显示,今年前三季度,国内豪华纯电汽车市场同比增长600%,最高渗透率达15.3%。售价在35万元以上的纯电豪华品牌细分市场中,我国汽车品牌占比高达72%。

“这是我国汽车品牌冲击豪华汽车细分市场最好的机会。从市场层面来说,40万元售价、纯电市场是我国品牌向豪华车市

场进阶的关键。”沙龙智行CEO文飞表示。

中国汽车工业协会副总工程师许海东对中国证券报记者表示,目前我国新能源汽车市场呈现“哑铃型”格局。新能源汽车厂商的市场策略演化出两条路径:一条是像特斯拉、小鹏、蔚来等品牌的高端化路径;另一条是以五菱宏光miniEV为代表的品牌推出的A00车型,不依赖补贴在低端市场铺开销量。那些想在销量规模和品牌溢价上有所突破的传统车企,势必会朝着高端新能源汽车的方向发展。

多举措寻求创新

功率无线充电。

不同车企的技术布局也呈现差异化路径。长城沙龙采用的是氢电双能战略,产品覆盖纯电动汽车和燃料电池汽车。北汽极狐和长安阿维塔选择与华为深度合作,为用户提供全栈智能汽车解决方案。

此外,传统自主车企也在体制机制上进行变革,在股权设计上寻求外部合作。11月29日晚,广汽集团公告称,公司拟通过内部资产重组,推进全资子公司广汽埃安的混合所有制改革,引入战略投资者,推进广

汽埃安独立运作。近日,长安阿维塔也引入了宁德时代等投资主体参与增资。

汽车行业资深分析师梅松林认为,与成熟的燃油车市场不同,电动汽车市场仍处于快速发展过程中。传统车企也需要合作伙伴,引入外部优势资源共同把产品做强做大。此外,想要做成一个成功的智能电动汽车品牌,短期内实现盈利十分困难,需要大量资金投入,只有引进外部资本。

一家头部车企战略规划部负责人王

洁(化名)对中国证券报记者表示,除了股权设计外,传统车企在管理团队、车型规划、技术布局、渠道建设、用户共创等各方面都在进行改变和创新。

阿维塔科技董事长兼首席执行官谭本宏认为,在汽车“新四化”浪潮的席卷下,汽车的概念正在不断衍生扩大,消费者对于新能源汽车期待已不仅仅局限于驾驶层面,还增添了不少情感需求,这将给致力于探索未来出行方式的新品牌带来新机遇。

竞争将更趋激烈

车领域,拥有新势力所不具备的优势。传统车企对整车的供应链有很深刻的理解,在动力、体验感等方面经验丰富,可能更容易造出一辆好开又安全的车。此外,传统车企拥有成熟的终端渠道,品牌优势已经建立,在销售中也有新势力们所不具备的优势。总体来说,这个行业机会够多,大家都有机会。

不过,传统车企进军高端新能源车市场也存在不可忽视的挑战。梅松林表示,

智能电动汽车毕竟不是传统燃油车,属于新的品类和产品,需要打破传统思路的束缚。汽车已经不是机械产品,而是可进化、有生命力的智能终端。传统车企在运营方式、流程、理念、人才结构等方面都要快速适应变化,以应对新挑战。

值得关注的是,沙龙、极氪、智己、阿维塔、北汽极狐HI版等更多的传统车企高端智能电动车型将陆续在2022年开启上市和交付,与蔚来、小鹏、理想目前的主

要产品形成正面竞争。伴随着纯电车型的不断丰富,高端智能电动市场在2022年竞争将越发激烈,传统车企和新势力将迎来正面对决。

对此,岚图汽车CEO卢放认为,对传统车企的新品牌与新造车势力来说,现在并不是做对抢市场份额的时刻,大家的核心目标应该是如何实现能源结构的转化,让更多的燃油车被新能源汽车替代,共同把蛋糕做大。

机构密集调研北交所公司

● 本报记者 吴科任

北交所11月15日开市以来,机构调研北交所公司步伐加快。

同惠电子11月30日公告称,30家机构于11月29日调研了公司;11月29日,通易航天、锦好医疗、龙竹科技三家公司披露调研公告,累计获55家机构调研。北交所网站显示,11月15日-11月30日19时,北交所公司累计披露了27份机构投资者调研公告,而平移到北交所的原精选层公司在11月上旬合计仅披露了10份调研公告。

市场人士认为,大型实力机构正加速布局北交所,对新能源、TMT、生物医药、互联网、消费升级等领域兴趣浓厚。

头部公司受关注度高

据中国证券报记者不完全统计,自宣布设立北交所及北交所开市运行以来的近3个月时间内,共有33家北交所公司获机构投资者调研,覆盖面达40%。按申万一级行业分类,这33家公司分散在15个行业中。

机构对医药生物和电力设备两个行业的关注度最高,各调研了5家公司。前者调研的公司是锦好医疗、森萱医药、鹿得医疗、梓潼宫及诺思兰德,后者调研的公司是德瑞锂电、长虹能源、同享科技、连城数控

及贝特瑞。

计算机、机械设备这两个行业紧随其后,分别有4家公司(艾融软件、恒拓开源、国源科技及同辉信息)、3家公司(星辰科技、浩淼科技及同惠电子)被调研。通信、食品饮料、汽车、基础化工、电子五个行业各有2家公司被调研。

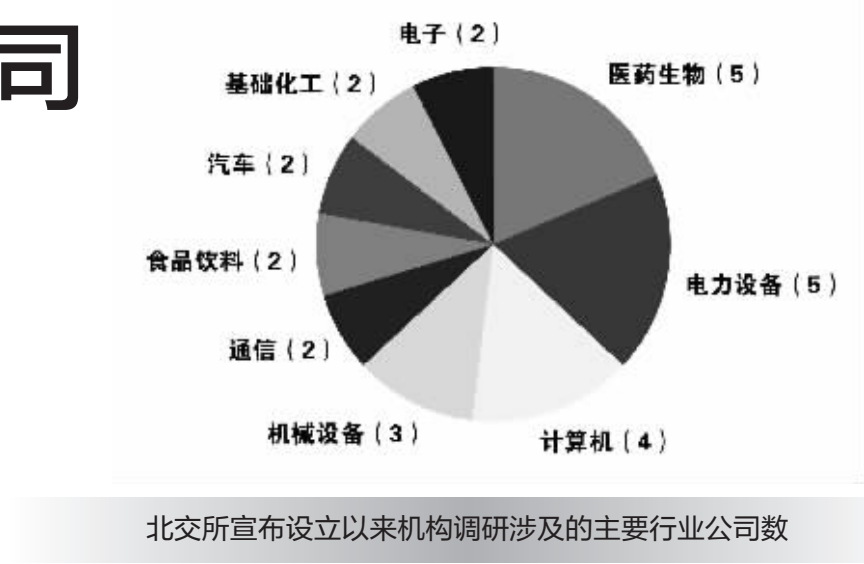
机构倾向于调研市值偏大的公司。截至11月30日收盘,上述33家公司总市值的中位数为17亿元,而北交所公司市值的中位数为13亿元;剔除停牌计划转板上市的公司外,7家公司市值排名前十的北交所公司已被机构叩门。

值得一提的是,贝特瑞、连城数控这两家北交所公司市值排名第一、第二的公司还被9家公募基金专场调研。贝特瑞是全球最大的锂电负极材料龙头企业,连城数控是全球光伏龙头企业隆基股份的上游核心设备供应商。

分析人士表示,机构密集调研一定程度上说明,尽管北交所上市公司相较于沪深市场整体规模小,但其中存在许多基本面良好的企业,不少细分领域的龙头企业具备良好发展趋势和成长潜力。

调研机构类型丰富

中国证券报记者注意到,随着北交所从



北交所宣布设立以来机构调研涉及的主要行业公司数

宣布设立到开市运行,参与调研的机构类型逐渐丰富起来。原来调研的主导机构是券商和PE/VC,现在公募基金、险资、信托、资管等大型买方机构也都参与进来了。

例如锦好医疗,在11月26日调研公司的36家机构中,包括24家券商、9家公募基金、1家创投、1家险资及1家信托。又如11月29日调研同惠电子的30家机构,包括9家券商、9家公募基金、9家私募基金、2家资管等。

各机构类型中也发生了一些显著变化。此前调研主力军是中小券商,现在众多头部券商快速跟进;除了发行首批北交所主题基金的8家公募基金外,不少其他公募基金也

在挖掘潜在投资标的。

比如中金公司,三季度末,其新晋万通液压和连城数控前十大股东之列;在北交所开市后,其已参与调研了锦好医疗、通易航天、星辰科技、德瑞锂电、富士达等北交所公司。

尽管险资投资北交所股票的政策有待明确,但参与调研的险资机构家数不断增加。平安养老保险最为活跃,中国人民保险、人保财险、上海人寿、中邮保险、长江养老保险等保险机构也奔赴在调研一线。

信托的参与度也有提升。比如,中航信托调研了锦好医疗,中国民生信托调研了富士达、晶赛科技等。

指南基金董事长王军国:

主导北交所公司定价权的 唯有公司价值

● 本报记者 吴科任

“无论是公募基金,还是未来的险资、社保基金,以及其他市场主体,任何一方都很难主导北交所公司的定价权,最终主导定价的唯有公司价值。”指南基金董事长王军国日前在接受中国证券报记者专访时表示,“北交所设立后,很多机构重新关注新三板。但在市场冰点的时候,还能沉在这个市场,有别的机会也不去做的机构少之又少。我们清楚,我们的能力圈就在新三板,过程虽然煎熬,但也算坚持下来了。”

新三板投资效率高

中国证券报:新三板成立八年多来,你们一直坚守在这个市场,是什么吸引你们愿意留下来?

王军国:有两个原因。首先,我们非常认可新三板的价值。中国经济需要一个给中小企业提供股权融资和股权转让的场所。过程难免有曲折,但我们坚信,新三板一定会发展得更好,只是时间问题。

其次,我们团队在新三板做投资比在其他市场更有优势。一方面,沪深二级市场竞争激烈,取得超额收益的难度非常大;另一方面,一级市场的项目需要做更多尽调,很多项目需要拼资源,且往往估值比较高了。对比一级市场和二级市场,我们发现投资新三板的效率会更高。

中国证券报:指南基金的高投资胜率是如何做到的?

王军国:也有两个原因。首先,我们利用好了新三板这个工具。如果是一级市场,可能投10个项目,有3-4个项目最终上市已经算是胜率比较高了。新三板提供了一个巨大的项目池,挂牌公司的信息比较透明,缩短了大量尽调时间。

其次,我们坚持从五个维度筛选项目:公司“护城河”比较高,有一定的稀缺性;企业中长期成长空间比较大;选择专业能力强大且有较高道德素养的管理层;关注企业的净资产收益率及自由现金流;公司有非常清晰的资本规划。基本上满足这五个条件的公司,IPO成功可以说是大概率事件。

中国证券报:过去投资经历中,哪一个项目印象最为深刻?

王军国:印象比较深刻的是西部超导。这是我们投资额比较大的一个项目,通过大宗和二级市场合计买了5000万元左右,成本大概是16元/股。这家公司基本满足了我们的投资偏好,竞争壁垒很高,成长空间不错。

我们是2018年1月买进的,但2018年及2019年上半年,新三板市场非常低迷,西部超导股价跌得也很厉害,最低的时候到了每股五六元。对我们来说,这个过程还是比较煎熬的。除了后面LP的压力外,更多的是对我们投资信心的考验。直到2019年7月,西部超导作为首批科创板公司上市了,我们才彻底舒了一口气。

青睞北交所潜在项目

中国证券报:北交所开市以来的二级市场表现符合你们的预期吗?

王军国:部分符合预期。我们判断,原精选层公司平移到北交所之后不会有很大的套利空间,但很多投资者认为能涨很多,这不太现实。从结果看,平移股票的表现平稳很多。新股比我们预期的要热很多。我们希望慢慢成长,过热的话,后面肯定会回归。

中国证券报:公募基金可能主导北交所公司的定价权吗?

王军国:任何一方都不太容易主导定价权,因为市场体量比较大,资金性质也多样。当然,资金量越大,对市场的影响力肯定会越大。随着公募基金这部分“活水”进来,北交所的流动性会得到增强,一定程度上会推高市场估值。但最终主导定价权的还是公司自身价值。

对于北交所这个新生事物,还是需要先试水,所以首批北交所主题基金规模不大。一方面,北交所现在在公司数量不多,流通盘不大,募集太多资金,可能也很难投出去,这对基金的收益率会有影响;另一方面,对于投研能力非常强的公募基金来说,肯定会选择头部公司、大市值公司去布局,标的可容纳的资金量有限。另外,北交所公司相对更早期,投资风险可能会略高。因此,公募基金一开始没必要把规模上得很大。

中国证券报:北交所设立之后,对于你们投资的项目,更愿意它到哪个交易所上市?

王军国:北交所的制度跟沪深差距已经不是很大。从我们的观察来看,无论是到沪深交易所,还是到北交所,其资本市场给的估值已经差不多了。在这种情况下,我们更倾向于投一些有机会去北交所上市的公司,项目退出更容易,效率会高很多。

另外,从收益角度看,我们更喜欢投创新层和基础层的挂牌公司,然后等这些公司在北交所上市,收益空间会更大一些。这既可以赚公司业绩提升的钱,也可以赚跨市场估值提升的钱,实现“戴维斯双击”。