

小鹏汽车纽交所上市 中国三大造车新势力集结美股市场

交付量	蔚来	理想	小鹏
2019年	20565辆	973辆	12728辆
2020年上半年	14169辆	9500辆	5499辆
营收规模			
2019年	78.25亿元	2.84亿元	23.21亿元
2020年上半年	50.91亿元	27.52亿元	10.03亿元
亏损			
2019年	112.96亿元	24.39亿元	36.92亿元
2020年上半年	28.69亿元	1.52亿元	7.96亿元

○俞立严 ○编辑 全泽源

这是历史性的一幕：乘着特斯拉掀起的造车新势力东风，3家中国造车新势力接连飞越重洋，登陆美国资本市场。对特斯拉而言，这些都是不可小觑的竞争对手，如今它们集结到特斯拉的家门口，接受全球市场的检验。

北京时间8月27日晚，小鹏汽车在纽交所上市，募资规模达15亿美元。小鹏汽车的上市仪式当晚在广州珠江新城举行，何小鹏携创始团队及投资人出席仪式。这是继蔚来汽车、理想汽车后，第三家中国造车新势力成功在美上市。

市场热议的，不是这3家公司的新车有多好，而是这些只推出一两款新车的公司，各自市值都逾千亿元人民币，超过很多传统车企集团。这是泡沫的狂欢，还是新经济模式在资本市场的胜利？

小鹏汽车IPO火爆

小鹏汽车8月27日下午正式宣布，通过首次公开招股发行99733334股美国存托股（每个美国存托股相当于2股公司A级普通股），发行价为每个美国存托股15美元，募资约15亿美元。

15美元的发行价，超出公司此前招股书计划发行价格上限（13美元）。小鹏汽车IPO还获得超级机构认购：阿里巴巴认购2亿美元，TMT对冲基金认购1亿美元，小米认购5000万美元，卡塔尔投资基金认购5000万美元。此外，特斯拉现有股东PRIMECAP Management Company认购1亿美元，PRIMECAP曾在特斯拉股票不到30美元时大量买入，如今翻了近70倍。

何以如此受宠？业内专家分析，或与小鹏汽车的销量猛增及新势力造车板块近期大涨有关。

据披露，2020年7月小鹏汽车的上险量为2532辆，环比增长130%，创2020年以来新高。

此外，7月是小鹏P7新车型的首个交付整月，作为一款售价30万元以内、续航超过700km的纯电轿车，该车型取得1641辆新车销量，成为造车新势力中规模交付启动速度最快的车型，占小鹏7月总交付数的68%。

与此同时，中国造车新势力在美股高歌猛进。北京时间8月27日凌晨，美股新能源汽车再度集体上涨。蔚来的股价今年以来涨幅超400%。造车新势力龙头特斯拉的市值更是达4013亿美元，超过强生和全球最大零售商沃尔玛，成为美国市值第十高的上市公司。

“新能源造车新势力的估值上涨由特斯拉引领。”安永合伙人舒畅直言，小鹏汽车上市后市值有望看齐蔚来和理想，超过千亿元人民币。

智能化自研是特色

火爆的背后，是冰冷的亏损。招股书显示，2020年上半年，小鹏汽车净亏损7.75亿元，低于2019年同期的19.18亿元，毛利率-3.6%，较2019年同期的-38.2%大幅提升，但仍为负值。

简单对比可见：蔚来突出服务体系；理想汽车强调增程式讲述无里程焦虑的故事；小鹏汽车打的则是“技术牌”，成立6年来，小鹏始终坚持智能化自研，每年研发费用占了大半营收。

2019年，小鹏研发投入高达20.7亿元，较2018年的10.5亿元直接翻倍，研发费用占总营收比例高达89.2%，3676名员工中有43%为研发人员，堪称一家技术驱动的新型车厂。

小鹏汽车此番也在招股书中表示，自动驾驶技术是其最为核心的竞争力。

以自动驾驶为代表的智能研发方面，小鹏智能化路线在此前由博世转为自研，自动驾驶功能逐年升级。“从软件到算法，从数据到运营，从仪表到大盘甚至主板的设计，我们都做了。”掌门人何小鹏在新车P7发布会上说。

曾遭遇“至暗时刻”

去年，小鹏汽车曾遭遇“至暗时刻”：逾1年来融资的小鹏汽车启动了C轮融资，不同于早2年的机构争抢，这一轮融资较难推进。新能源汽车销量接连下滑，造车新势力被集体唱衰，整个行业进入“至暗时刻”。

“以前看别人造车，觉得100亿元太夸张了，自己跳进去后才知200亿元都不够花。”何小鹏曾如此表达造车的烧钱程度，钱不够花，市场又不够火热，愿意对小鹏伸出橄榄枝的机构少之又少。

擅长挖掘新经济独角兽的IDG资本，此时选择逆势加码小鹏汽车。该机构对造车新势力有深刻而系统的调研，2015年前后，IDG资本密集拜访了全球四五十家造车新势力，见了不下二三百人，短时间内快速建立对汽车行业的认知，坚定了造车新势力的价值远非“互联网思维”那般简单，因此相继投资蔚来和小鹏汽车。

“小鹏既有从0到1的经验，也有从1到N的操盘能力。更重要的是，即便在加入阿里这么大的平台后，小鹏还能拥有再创业的热情和敢于吃苦的耐心。”IDG资本合伙人杨飞与何小鹏很早便相识了，知根知底。

何小鹏曾表示：“小胜靠智，大胜靠德，我想真正踏踏实实做事，才能最终赢得市场和投资方的尊重与信任。”

在车市遭遇疫情冲击的大背景下，造车新势力的崛起、壮大，隐约呼应着时代的变迁节奏：沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春。古往今来，产业的新陈代谢，何尝不是如此？



北京时间8月27日晚，小鹏汽车在纽交所上市

发掘关键数据 寻找应用场景 各大厂商竞速自动驾驶出租车

○周健 ○编辑 阎基旺

8月26日，大众汽车集团自动驾驶出行服务试点项目启动仪式在合肥举办，成为中国首个由国际汽车制造企业启动的自动驾驶服务生态圈构建项目。

合肥市长凌云代表合肥市政府向大众汽车集团（中国）颁发了合肥市首张自动驾驶车辆测试牌照，合肥市委书记虞爱华与大众汽车集团（中国）董事、大众汽车集团（中国）执行副总裁苏伟铭共同启动该试点项目。拿到牌照的大众汽车集团，将从今年9月开始在合肥市海恒社区开启RoboTaxi（自动驾驶出租车）的道路测试。届时，由10辆奥迪e-tron改装而来的RoboTaxi将驶上合肥街头；到明年年初，这些RoboTaxi就会面向社区内40万居民启动载客测试，海恒社区为此将分批建成近百个接驳站点。

“数字化、电气化和自动驾驶是大众汽车集团未来发展的核心方向。”苏伟铭介绍，“得益于对技术、硬件和软件全面整合的能力，我们能够为用户打造整合化的出行服务解决方案，即用电动车提供的自动驾驶服务生态圈。”在大众汽车构建的生态圈

中，共有5个层级：自动驾驶系统、电动车平台、确保车队高效运营的精准算法、连接乘客的车联网功能、更多的生态圈内服务。

相较已在国内其他城市启动载人测试的百度、滴滴出行、AutoX等，大众汽车的RoboTaxi更像是“自主测试”。苏伟铭坦言，大众汽车上线RoboTaxi，是期待未来可以对面向市场销售的汽车反哺成熟的自动/辅助驾驶技术。“希望能带给消费者更好、更安全的体验。”

此外，大众汽车会借助RoboTaxi与合肥市共同探索智慧城市的可能性。例如，在接驳站点的选址论证上，大众汽车会配合完善公共交通体系，减少运力盲区和出行痛点。“我们会共享RoboTaxi运行中的各种数据，也能得到城市的数据，双方的数据是共享的。”苏伟铭解释。

在业内人士看来，拥有多种感知硬件的RoboTaxi可以动态收集城市道路的实时数据，成为智慧城市的移动“末梢神经”。

在合肥探索RoboTaxi的并非大众一家，拥抱RoboTaxi的也非合肥一地。

就在大众汽车获得牌照的同时，安徽首条5G自动驾驶开放道路示范线进入调试阶段。

蒙牛加大高端布局引领高品质生活

8月26日，蒙牛乳业（2319.HK）发布2020年中期财报。业绩数据显示，上半年蒙牛各项业务均实现强劲复苏，收入达375.3亿元，归母净利润12.1亿元，可比业务收入同比增长9.4%。高端常温奶、高端鲜奶、奶酪等优势品类和新品类，均实现了远超预期的增长。

2017年，蒙牛总裁卢敏放带领管理团队，开始在这家曾创造“火箭速度”的乳业龙头贯彻新发展理念。从近年来蒙牛的历次重大投资和财报中可以看到，“蒙牛新战略”高度响应了国家“深化供给侧结构性改革、推动经济高质量发展”方针，从单纯追求规模转向到注重发展质量和发展价值。本期中报，更充分展现了卢敏放团队对“高质量”理念的诠释——一切为了高品质。

高端产品 创造高品质体验

数据显示，为蒙牛上半年业绩做出关键性贡献的，是高端常温奶、高端鲜奶、高端奶粉等品类。蒙牛聚焦高端而取得丰厚回报，关键是顺应了乳品消费升级的大势。

卢敏放曾在多个重要场合，表达了对中国乳品领域消费升级的坚定预期。事实也验证了这一判断，无论是已服役15年的高品质纯奶龙头“特仑苏”，还是仅仅推出两年多时间的高品质鲜奶“每日鲜语”，都成为了蒙牛近年来收入和利润增长最重要的贡献者。2019年以来，蒙牛对高端品线进行了全面升级，特仑苏推出“梦幻盖”系列，还将纯奶和有机的“梦幻盖”产品从每100毫升乳蛋白含量从3.6克升级到行业最高的3.8克；每日鲜语推出0脂、冷萃拿铁、沙漠有机等新品；未来星推出含有DHA和高钙的“双原生”儿童奶；低温酸、婴配粉、成人粉、奶酪等品类也推出一系列高品质、功能类新品，极大丰富了蒙牛高端产品矩阵。

上半年健康、营养领域的消费进一步扩张和升级，蒙牛高端品牌的产品销量稳步提升。蒙牛中报显示，特仑苏上半年增长19%，二季度增长甚至超过了30%；每日鲜语上半年实现了三位数增长；低温酸奶继续占据行业头把交椅，优益C LC-37增长80%，冠益乳“小蓝帽”增长超过50%。

前瞻投资 支撑高品质战略

凭借聚焦高端、高品质的战略，蒙牛在疫情影响下的2020年上半年收获一张出色的成绩单。而为高品质战略提供坚强支撑的，正是他们近年来对乳业高端资源的前瞻性投资。

2017年春天，蒙牛增持奶牛养殖企业现代牧业。当年年底，依托其毗邻长三角的高品质牧场资源，蒙牛推出每日鲜语，成功进军鲜奶品类，并迅速占领了高端市场。2018年12月和今年7月，蒙牛两次战略投资有机奶企圣牧，而一年多时间里，蒙牛的有机产品收入已成功跃居行业前列。而近年来在大洋洲的奶源、产能布局，也让蒙牛得以推动旗下瑞哺恩系列婴配粉和高端成人粉的全面升级。

蒙牛的前瞻性投资，还体现在对新兴品类的布局上。去



蒙牛集团发布2020年中期业绩

年下半年，蒙牛重新整合奶酪业务平台，今年7月又和公司股东、丹麦Arla合资成立奶酪公司，还安排了原特仑苏团队负责人前去操盘。一连串眼花缭乱的组合拳后，蒙牛已完成了奶酪业务布局，成为这一最具发展潜力的乳品品类的领军者，上半年，蒙牛零售类奶酪实现三位数增长。今年夏天，蒙牛还悄然与可口可乐在合肥合资建厂，向中国市场引入一款拥有前沿技术的低温奶产品，开辟新的高端细分市场。

腾笼换鸟 坚定高品质路线

2019年下半年，卢敏放下出了一步让许多人看不懂的一棋——出售君乐宝，购入澳大利亚的有机奶粉企业贝拉米。卖掉一个贡献收入的本土成熟大公司，入手一个刚刚在中国崭露头角、似乎有些“曲高和寡”的海外企业，蒙牛是不是疯了？

然而，今年上半年，随着蒙牛正式接手贝拉米业务，卢敏放这步棋的妙处逐渐清晰。半年来，蒙牛正式成立国际事业部，部门负责人、副总裁Stephen Maher直接坐镇澳大利亚，快速推动澳、新两国的产能、资源的整合与协同。二季度，疫情刚刚缓解，贝拉米突然发力，推出A2奶粉、羊奶粉等系列高端、超高端有机新品，并在8月25日重磅发布了中文版系列产品，实现了从“海淘网红”到“正规军”的蜕变。中报业绩显示，贝拉米上半年取得良好增长、利润显著提速，已开始成为支撑蒙牛高质量战略中的关键力量。

2019年7月，出售君乐宝后不久，卢敏放在夏季达沃斯论坛上被媒体问及此事。当时他这样回答质疑：“蒙牛需要集中力量，对能够实现高增长、贡献高毛利的品牌、品类做更多投入，从刻意追求规模到专注高质量发展做出转变。出售君乐宝也好、未来买新企业也好，都要服从这一目标。”如今回过头来再看这句话，事实上是“弱冠之年”的蒙牛发出的一次“腾笼换鸟”宣言。

从本次发布的财报中来看，蒙牛账上的现金依然充沛，卢敏放的这盘“高品质”棋局应该还有更多值得期待的妙招。(CIS)

东方明珠联手中国电科 共谋广电新基建

○记者 温婷 ○编辑 全泽源

8月27日，东方明珠宣布与中国电子科技集团有限公司（下称中国电科）共同成立合资公司中电科东珠，打造新一代信息基础设施建设运营商。就在26日晚，东方明珠公告，将出资5亿元参与发起组建中国广电。

据悉，新公司将集合双方的技术、运营和网络优势，打造立足上海、面向长三角、辐射全国的创新平台。同日，双方发起成立“新一代信息基础设施生态联盟”，以生态模式引入中国电信、中国移动、中国联通、腾讯、阿里云、百度、华为等数十家行业龙头，旨在突破重大核心技术，面向全国进行产业布局。

东方明珠负责人透露，早在2015年，东方明珠就抢抓广电频谱红利，建成全国首个运营级的城域物联网专网；2018年，东方明珠打造了上海首个区级“城市大脑”，实现全局运营和顶层设计的能力升级。目前，东方明珠已在上海部署20多万个传感器，涉及应用场景百余项，走出一条城市精细化治理的创新发展之路。正是在围绕智慧广电进行布局的过程中，东方明珠开始与中国电科合作，双方的技术优势和运营能力开始发挥1+1>2的效果。

上海证券报记者注意到，此前中国电科携手深圳、福州等地率先启动新型智慧城市标杆市试点。2018年，中国电科与上海签署战略合作协议，此次成立中电科东珠，也是双方打造智能物联建设和服务运营企业的落地之举。

就在8月26日，东方明珠发布公告，出资5亿元发起组建中国广电网络股份有限公司，成为广电5G业务运营商和内容服务商。如今东方明珠携手中国电科，重点探索的新业务之一便是打造“基于平台的数据智能服务”，提供多维数据融合智能服务。此外，针对各地城市的精细化管理和社会精治共治的需求，合资公司将以智慧城市运营服务为核心，打造城市物联网信息基础设施，提供城域物联网建设运营总包服务。

截至目前，中电科东珠已在上海五区两片（杨浦区、普陀区、虹口区、嘉定区、松江区、临港新片区、外高桥保税区）展开新一代信息基础设施的建设工作。

根据上海市经济和信息化委员会发布的《新型城域物联网专网建设导则（2020版）》，上海将加快培育龙头企业，形成可复制、可推广的“上海模式”，以市场化运作机制推动网络技术体系和建设模式深入长三角其他城市。未来，“立足上海、面向长三角、辐射全国，打造数字经济时代领先的第一代信息基础设施建设运营商”也成为中电科东珠的发展目标。