

引入C轮融资 小米+小鹏怎么玩

在造车新势力层出不穷的当下,很大程度上,融资能力和资源协同能力被视为新造车者能否从第一轮淘汰赛中胜出的关键指标。11月13日,小鹏汽车官方宣布已成功签署C轮融资,总金额为4亿美元。值得注意的是,在此次小鹏汽车C轮的投资者中,小米集团第一次以公司名义投资一家新造车企业。

业内人士表示,随着造车新势力与传统主机厂越发重视汽车智能化功能与技术的研发,“智能”也成为了众多车企新产品不可缺少的“标签”。小鹏汽车从最初就将智能化作为自己研发的车型的招牌,此时资本注入不仅将在资金上加持小鹏汽车,引入小米作为新晋合作伙伴,还将帮助小鹏汽车在智能化领域更进一步提升产品实力,更好地迎接市场的挑战。

牵手小米加码智能化

在资本的寒冬里,小鹏汽车成为了今年第三家获得股权融资的新造车企业。小鹏汽车官方宣布成功签署C轮融资,总金额为4亿美元。此次小鹏汽车C轮的主要投资者引入了新战略投资伙伴小米集团。与此同时,现有股东经纬中国继续加码,小鹏汽车董事长兼CEO何小鹏在A、B轮基础上再次加持。

值得注意的是,在此轮融资中,小米成为战略投资者中的主要投资方,这也是小米首次正式入股一家新造车企业。对于此次战略投资,小米集团的创始人、董事长兼CEO雷军表示:“小米集团和小鹏汽车在智能手机和智能汽车互通方面,已开展了深入的合作,并取得了丰富的成果。希望通过本次战略投资加深双方在智能硬件和IoT领域的进一步合作。”

据了解,9月24日,雷军在小米5G新品发布会现场宣布,小米将与小鹏汽车展开深度合作。届时,小米9 Pro 5G将通过NFC功能充当“车钥匙”,该功能预计率先搭载在小鹏汽车高端智能轿跑P7上。小鹏P7将借助于小米金融级安全性,实现车辆与手机相连接,手机

小鹏融资情况



代替车钥匙的功能,用户只要将小米手机贴到车身上就能开门,把车开走。

业内人士表示,此举也是车机与手机打通的一个缩影。随着车联网功能的完善,车机将可能成为继手机终端后的第二大移动终端市场,而注重生态建设的小米,早在智能家居方面有所布局,此次入局无疑是看重了小鹏汽车在智能化和网联化方面的能力。

小鹏汽车相关负责人对北京商报记者表示,此次融资将加强小鹏汽车在人工智能、大数据、自动驾驶辅助、互联网服务等“智能汽车”方面的研发工作。“小鹏汽车在持续加码智能化,从P7开始与小米也将有更多战略合作。”上述负责人表示。

实际上,作为一家“互联网基因的智造企业”,小鹏汽车一直在着力打造一款真正的智能汽车,智能化一直是小鹏汽车的主打“招牌”。在何小鹏看来,小鹏汽车致力于研发符合中国市场的智能汽车及其核心技术。据了解,小鹏汽车已拥有感知、定位、规划、决策的核心算法研发能力。同时,小鹏汽车已建立了车端、云端的数据处理分析能力,可以实现基于实际数据的算法快速迭代,通过OTA给用户不断增强的自动驾驶能力,持续优化自动驾驶方式。

“未来,我们在物联网和智能生态系统层面会和小米有非常强的合作,而这也是我们大股东所支持和欢迎的。”小鹏汽车副董事长兼总裁顾宏地表示,双方的合作会胜于传统合作,小米将会为此在智能硬件消费端,带来一个全新的智能硬件生态系统,这表明小米对智能物联网的延伸有了新的想法,更让双方在智能网联汽车开拓方面充满无限的空间。

融资预期仍有差距

除4亿美元股权融资外,小鹏汽车还开拓多元资金渠道,获得包括招商银行、中信银行以及汇丰银行等多家中外银行的支持,获得总额数十亿元人民币的无抵押信用贷款。“最近市场相对比较有挑战,从融资环境、车市、大环境等来说都是如此,在这个时间点和背景下获得这样体量的融资,我们还是比较满意的。”顾宏地表示。

值得一提的是,随着C轮融资的到位,不仅深度捆绑了小米这个战略合作伙伴,更为小鹏汽车在今后的研发上注入了资金流。按照规划,小鹏P7将于明年正式交付,此时C轮融资的落地无疑将加速小鹏汽车在产品上

的研发落地。此外,2018年,小鹏汽车已实现新零售布局的第一阶段目标,初步完成了自营体系的搭建、流程梳理、数据流转及人员培养经验积累;2019年,小鹏汽车加速新零售第二阶段布局,计划新增100家以上线下店面。

小鹏汽车相关负责人对北京商报记者表示,融资到位后将主要用于研发制造和销售以及未来店面的铺设和在充电设施上的投入。

虽然C轮融资已经到位,但依旧与小鹏汽车的预期有一定差距。据了解,在C轮融资之前,小鹏汽车已累计融资140亿元。小鹏汽车在今年上海车展期间表示,2019年融资目标是在年底前,使用股权与债权等各种形式完成300亿元的融资。在此次28亿元C轮融资完成之后,小鹏汽车的融资总额达到168亿元。虽有数亿元贷款加持,但相比300亿元的目标仍有较大差距。

此外,在交付目标方面,小鹏汽车原计划全年交付4万辆。但据机动车上险数据显示,2019年1-7月,小鹏汽车完成销售9214辆。此外,小鹏汽车8月及9月的销量并不理想,分别销售231辆和1484辆;截至2019年9月,小鹏汽车共计完成销售10929辆,距离全年交付4

万辆的目标还有近3万辆的缺口,想要完成目标还有一定差距。

迎战对手入局

值得注意的是,在融资以及交付不及预期的同时,小鹏汽车也正在面临来自市场的压力。在经历了一段时间的高速发展后,新能源汽车市场开始“降温”。在此背景下,造车新势力的发展更为艰难。

交强险数据显示,2019年8月,中国造车新势力总销量仅为5091辆,占当月国产乘用车销量的0.4%。各家造车新势力的销量普遍有所滑落,中国整体车市步入“寒冬”,新势力企业在下半场“角斗”中又将何去何从呢?

在激烈的市场竞争中,不少新势力车企已经出现了问题。蔚来汽车二季度财报显示,二季度15.08亿元的营收比一季度的16.31亿减少了7.5%,32.85亿的净亏损却同比增加83%。在面临亏损的同时,今年蔚来汽车也多次传出裁员的消息。不仅是蔚来汽车,因为资金的问题,新势力车企拜腾首款新车迟迟不能到位,交付时间也一再推迟。

乘用车联席会秘书长崔东树表示,目前造车新势力的处境是非常艰难的,2019年将是大批品牌退出的开始,部分品牌正在突然掉队,市场已经进入洗牌期。

不仅是新势力之间的竞争加剧,进入2019年,合资车企推出新能源产品的节奏就开始大幅加快,从近日上汽大众ID.车家族的高调亮相,到奔驰EQCD的正式上市,就不难看出传统合资车企已开始全面进军电气化。

此外,按照各大传统车企的计划,从明年开始到2022年,都将会是其新能源产品的爆发期。而与此同时,造车新势力的“宿敌”特斯拉也一路高歌猛进。仅仅几个月的时间,特斯拉上海工厂就建设落成,同时很快将进入投产阶段。

业内人士表示,在品牌力和知名度上,新势力并不如传统车企,在传统车企新能源布局逐渐形成规模后,会给造车新势力带来很大的竞争压力。随着竞争对手的接连入局,小鹏汽车也将迎来更多的挑战。作为新势力头部企业的小鹏汽车,此时融资的到位不仅将补充小鹏汽车在资金上的需求,新战略伙伴的加入也将增加小鹏汽车在产品研发上实力,更好地迎战对手入局。

北京商报记者 钱瑜 刘晓梦

飞鹤上市 国内奶粉市场迎变局?

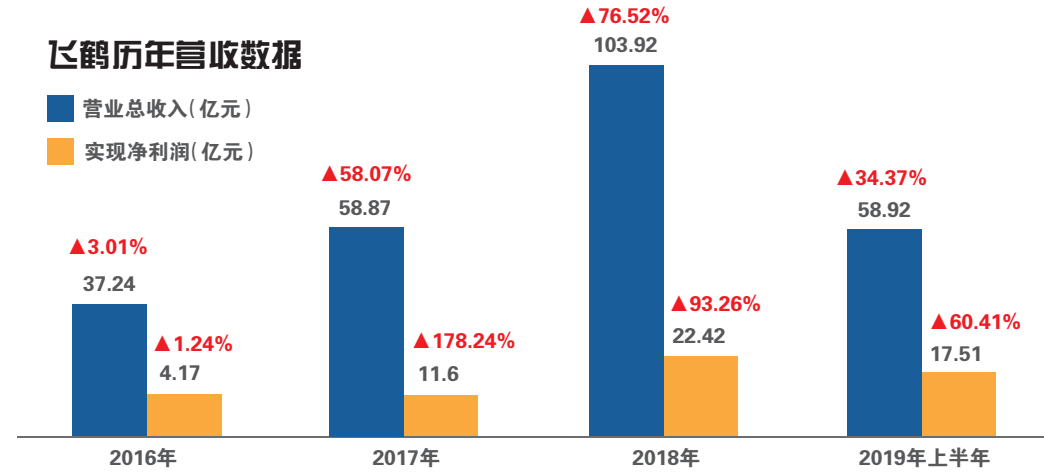
北京商报讯(记者 钱瑜 王尧)在美退市六年后,中国飞鹤有限公司(以下简称“飞鹤”)回归资本市场。11月13日,飞鹤正式在港交所上市,以发行价计算,其市值超过670亿港元,成为港交所历史上首发市值最大的乳品企业。业内人士认为,虽然奶粉市场进入存量竞争阶段,但国内乳品市场头部企业市占率还有提升空间,飞鹤主要聚焦高端和超高端奶粉,有望继续推动行业增长,但这也意味着,国内高端奶粉市场竞争将进一步加剧。

11月13日,飞鹤正式在港交所挂牌上市。此次全球发售,共计发售8.93亿股,发行价每股7.5港元,以发行价计算,飞鹤市值超过670亿港元,成为港交所历史上首发市值最大的乳品企业,也是近几年首个登陆资本市场的中国大型婴幼儿配方奶粉企业。

根据招股计划,该公司此次IPO所募资金中的40%将用于偿还离岸债务,20%用于潜在并购,10%用于资助即将在2020年1月投入运营的加拿大金斯顿奶粉工厂,10%用于海外婴幼儿配方奶粉和营养产品的研发活动,5%用于资助Vitamin World的扩张,5%用于市场推广,10%用于一般营运资金。

与2019年以来上市的多家公司一致,飞鹤选择了以招股价区间的下限定价。投行人士表示,这说明飞鹤对于自己的估值较为保守。

食品产业分析师朱丹蓬表示,从飞鹤港股IPO的定价,也可见飞鹤此番上市从政策端、资本端、产业端、渠道端和消费端的多方考量。从政策端来看,奶业新政落地加速行业洗牌,



飞鹤作为具备规模优势的行业龙头,借政策东风之力加速价值释放。

事实上,早在2005年4月,飞鹤乳业便在美国纳斯达克上市,成为了中国首家赴美上市的乳品企业,后又转至纽交所。2013年6月,飞鹤乳业完成私有化,正式从纽交所摘牌。

资料显示,飞鹤始建于1962年,是中国最早的奶粉生产企业之一。按2018年零售销售价值计算,飞鹤是中国最大的国内婴幼儿配方奶粉集团,市场占有率达15.6%;同时在国内外婴幼儿配方奶粉集团中排名第二,占据7.3%的市场份额。

而在近几年飞速发展的背景下,外资奶粉品牌正在节节败退。多个外资奶粉品牌增长未达预期:雅培今年三季度海外婴幼儿营养品市场营收同比下降2.4%至5.66亿美元;美赞臣母公司利洁时的婴幼儿营养业务收入

同比增长7.2%,为前三季贡献了3.9%的业绩增长,但仍比公司中期目标低3%-5%。

相比之下,按零售销售价值计算,2018年,飞鹤乳业已成为高端市场的领头羊,排名第二,市场份额为13.1%;在超高端市场,飞鹤在国内外婴幼儿配方奶粉集团中排名第一,占据24.7%的市场份额。

乳业专家宋亮表示,2018年飞鹤业绩突破百亿规模,达到116亿元,足以与惠氏、达能三足鼎立。

“近三年受益于奶粉配方注册新政,国内奶粉行业正在经历新一轮洗牌。同时,在各大国际奶粉企业充分竞争的开放市场中,以飞鹤为代表的国产奶粉品牌已经拥有了持续增长的核心竞争力,可以和国际巨头在高端、超高端奶粉领域开展正面竞争。”业内人士指出。

相关链接

我国生鲜乳违禁添加抽检合格率100%

北京商报讯(记者 陶凤 刘瀚琳)11月13日,农业农村部召开新闻发布会,介绍我国奶业振兴成效有关情况。农业农村部及奶制品质量监督检验测试中心主任王加启指出,经过11年持续监测和全行业努力,我国生鲜乳质量安全目前处于历史最高水平。

王加启介绍,2009年以来,农业农村部累计抽检的生鲜乳样品达到22万批次,监测评估的因子达187个,建立了含有220万条数据的质量安全数据库。“应该说,我们全面、准确把握了国家生鲜乳质量安全的状况。”王加启表示。

据悉,目前我国生鲜乳质量安全抽检合格率已跃居食品行业的前列,其中,生鲜乳抽检合格率连续多年保持在99.7%以上,三聚氰胺等违禁添加物抽检合格率保持在100%。

与此同时,生鲜乳卫生指标达到国际先进水平。2018年全国监测数据平均菌落总数是29.5万CFU/毫升,低于美国、日本等国家50万CFU的标准;同年,全国监测数据平均值为33.04万CFU/毫升,也显著低于美国

75万CFU和欧盟40万CFU标准。

“发展过程中,我们取得的成绩很大,但面临的一些问题也不可忽视。”农业部畜牧兽医局二级巡视员王俊勋进一步指出,从生产上来看,养殖竞争力还不是很强。与发达国家相比,我国奶牛的产奶水平、资源利用效率和劳动生产率还存在一定差距;奶牛舍饲的生产成本仍然高出发达国家40%-60%左右等,提高了养殖户挣钱难度。

“实际上,系统性成本是带动我国奶牛养殖成本较高的主要原因。”乳业专家宋亮表示,比如,由于我国奶牛养殖种养分离,牵涉土地产权流转经营问题,无形中提高了养殖成本。在这种情况下,近两年环保压力增大,但奶牛养殖机械化、防疫等基础设施水平依旧比较落后。

2019年,中央财政安排资金继续扩大粮改饲实施范围,将优质苜蓿基地建设规模由50万亩增至100万亩。据不完全统计,地方财政也安排20多亿元资金,支持奶牛扩群增量,乳制品加工和乳品消费培育等。