

# 一周两次道歉 理想汽车交车容易过关难

继排放系统出现故障后,理想汽车再因车辆问题引发关注。12月16日,针对某用户遭遇理想ONE踩踏板加速踏板无法提速一事,理想汽车创始人、CEO李想公开致歉。业内人士表示,虽然此次理想汽车出现的车辆风险是由于交付流程失误造成,但越是细节之处越能体现车企实力。对于任何一家车企来说,即便实现规模化交付,如果不能平衡好质量与产能之间的关系,仍然存在被市场淘汰的风险。

## 再现风险

12月16日上午,一位理想汽车用户在从杭州交付中心提车后驶入高速公路,行驶当中出现解除自适应巡航功能后,踩踏板加速踏板无法提速的情况。

随后,理想汽车发布声明称:经过我们后台和现场诊断,已经确认为车辆的物流模式在交付用户前没有完成解除,车辆自身没有任何质量问题,对于交付过程中的漏检失误,我们对用户表达诚挚歉意,在完成车辆物流模式解除后,车辆也将正常交还给用户。”

当日,李想也就此事公开致歉:“PDI(出厂前检查)流程太不严谨,是我们自己太蠢了,让用户担惊受怕了。”李想表示,这个不是具体某个员工的问题,而是PDI流程设计的太不严谨,只有执行环节,没有确认环节,车辆状态也没在仪表盘上显示。理想汽车将采取改正措施:PDI后,几个模式变换后的系统都要确认是否成功;物流模式下,会在仪表盘上显示状态。

值得注意的是,理想汽车开启首款车型理想ONE交付后便进入“多事之秋”。12月11日,一位理想汽车用户的车辆仪表盘出现“排放系统故障”报警。12月12日上午,理想汽车售后服务人员抵达用户所在地,现场通过零件检测,最终确认为空调系统三通阀自身诊断机制导致的误报警。此外,售后服务人员还发现个别车辆会出现驻车系统、车身稳定系统等故障的误报。

当时,理想汽车曾发布声明称:对于类

似软件系统出现的问题,我们表示歉意。我们将在下周通过OTA进行软件升级,解决误报警的问题。”

## 交付波折

事实上,理想汽车交付前后并不顺利。

今年10月,理想汽车发布公告称,将直接向首批用户交付理想ONE 2020款车型。由于2020款产品升级部件较多,理想ONE的交付开启时间也从今年11月调整为12月,交付时间延后一个月。

在交付延期后,中国执行信息公开网又显示,重庆理想智造汽车有限公司(以下简称“理想智造”)12月2日新增两条被执行人信息,执行标的累计超3523万元,而这距离该公司上次被列为被执行人仅过去不足一个月。

“今年以来,理想智造三次被法院列为被执行人,所涉诉讼均为力帆集团持有并经营力帆汽车期间发生的债务。”理想汽车表示,诉讼案件发生后,均由力帆集团与相关债权人对接并寻求解决方案,后期案件的处理也由力帆集团负责。

虽然,理想智造的债务问题与理想汽车无关,但已经给理想汽车业务带来不利影响。近日,有消息称,中信银行终止与理想汽车的金融合作,导致部分选择中信银行购车金融方案的理想ONE车主,不得不更换其他银行并重新进行贷款申请。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,中信银行放弃理想汽车业务,主要是考虑到了力帆集团的因素,这也体现出中信银行

的风险防控意识比较强。

对此,12月11日理想汽车发布声明称,已着手为车主提供紧急解决方案:针对已经支付首付的中信银行贷款车主,理想汽车将提供自有金融渠道——江苏智行融资租赁有限公司为车主办理放款。

## 后续考验

在交付一波三折的同时,理想汽车的股权结构也出现变动。12月13日,天眼查数据显示,理想汽车运营主体北京车和家信息技术有限公司发生工商变更,公司注册资本由原来的约9.15亿元变更为约6.83亿元,减少约1/4。同时,天津蓝驰新禾投资中心(有限合伙)、宁波梅花明世投资合伙企业(有限合伙)和湖北梅花晟世股权投资合伙企业(有限合伙)等多位投资人退出北京车和家信息技术有限公司。

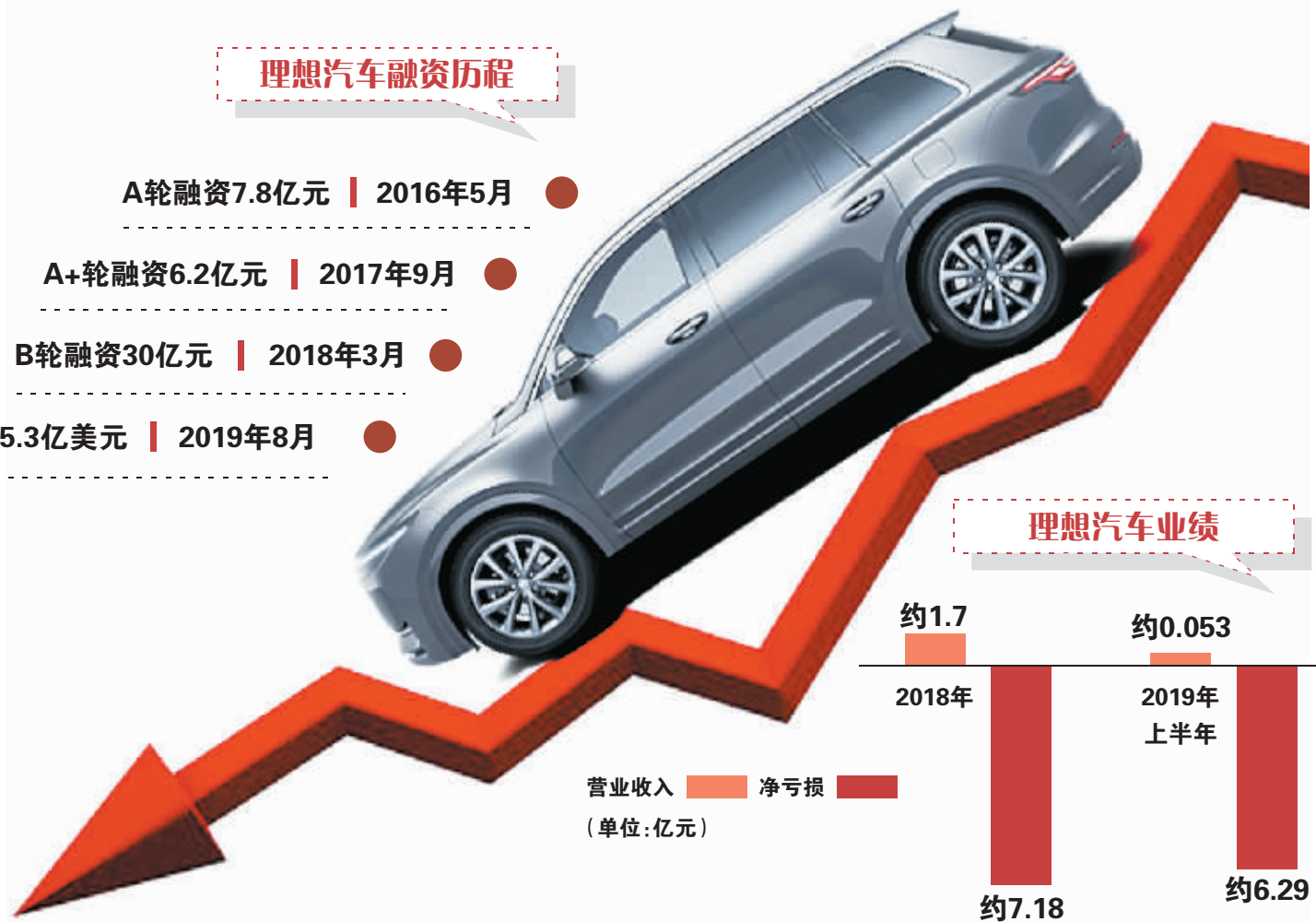
## 理想汽车融资历程

A轮融资7.8亿元 | 2016年5月

A+轮融资6.2亿元 | 2017年9月

B轮融资30亿元 | 2018年3月

C轮融资5.3亿美元 | 2019年8月



## 理想汽车业绩

营业收入 净亏损  
(单位:亿元)

今年四季度完成新车量产交付,目标是到明年卖出10万辆,到2025年能卖出100万辆。据了解,理想汽车在常州的汽车制造基地占地50万平方米,规划产能高达30万辆。

对于理想汽车而言,想成功实现销量目标并在市场立足,并非易事。今年四季度正式入局国内新能源汽车市场的车企,不止理想汽车一家。11月8日,奔驰首款电动车奔驰EQC纯电SUV宣布登陆中国市场;11月18日,奥迪品牌首款纯电动SUV e-tron及Q2L e-tron也在华上市。

“随着豪华品牌、主流合资品牌大规模入局,国内新能源汽车市场已进入更大规模的混战阶段,缺乏造车经验的造车新势力竞争压力也更大。如果不能做好质量与产能之间的平衡,即便实现规模化交付,包括理想汽车在内的各家新势力车企仍存在被市场淘汰的风险。”宋清辉说。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇

## 伊利入局羊奶粉市场

国内乳企龙头伊利正式入局婴幼儿配方羊奶粉市场。12月17日,伊利通过配方注册的金领冠“悠滋小羊”婴幼儿配方羊奶粉(以下简称“悠滋小羊”)正式上市。事实上,伊利并非近期首家入局羊奶粉市场的企业。2019年11月,健合集团推出的首款婴幼儿配方羊奶粉产品正式上市。近年来,婴幼儿配方行业竞争加剧,新生儿出生率逐渐下降,但羊奶粉这一细分领域因入局者少、基数小一直增长迅速,而伊利入局无形中加热了市场。

婴幼儿配方羊奶粉市场迎来新玩家。12月17日,伊利旗下悠滋小羊正式上市。据伊利相关负责人介绍,此次悠滋小羊通过的注册号覆盖全段位。

12月6日,国家市场监督管理总局发文显示,伊利拿下悠滋小羊、伊利赋能6个配方注册。其中,悠滋小羊为羊奶粉产品,涵盖0-36月龄。

根据官网信息,伊利旗下的品牌产品分为液态奶、奶粉、酸奶、冷饮以及奶酪等。此前在奶粉板块下,伊利的金领冠、托菲尔以及欣活等系列配方奶粉产品均为牛奶粉。

2019年上半年,伊利实现营业收入450.71亿元,同比增长12.84%。AC尼尔森零售数据报告显示,伊利婴幼儿配方奶粉报告期内的市场零售额较上年同期提高了0.6个百分点。

伊利入局婴幼儿配方羊奶粉市场的背后或是瞄准了该细分领域的增长机遇,加码高端产品。国家统计局公布的数据显示,2018年全年出生人口为1523万人,与2017

年相比,2018年出生人口大幅减少了200万。按照历年几十万的出生人口波动来看,2018年出生人口下降幅度超出预期。

人口出生率的下降对行业内的乳企也造成了一定的冲击。2019年10月,贝因美发布的前三季度财报显示,公司亏损1.06亿元。贝因美在公告指出,新生儿出生率的下降,婴幼儿奶粉行业的市场增长趋缓等因素是公司业绩较上年同期大幅减少的部分原因。

不过,在增长放缓的大环境下,羊奶粉这一细分领域因市场基数较小等原因,保持着良好时候的增长势头。AC尼尔森数据显示,2019年上半年,婴幼儿奶粉总体同比增长为9.4%。其中羊奶粉的增速达30.8%,有机奶粉、普通婴幼儿奶粉分别为16.8%、10%。另据2018年发布的《中国羊奶粉产业发展研究》报告显示,预计羊奶粉的市场销售额在2020年将达到100亿元。

中国食品产业分析师朱丹蓬在接受北京商报记者采访时指出,在婴幼儿配方行业竞争加剧、新生儿出生率下降等趋势下,羊奶粉快速增长的势头吸引了企业的目光,伊利也不例外。此外,人口出生率的下降一定程度反映了育儿门槛的升高,宝妈们愿意优生优育,为孩子提供更高品质的产品。羊奶粉、有机奶粉等高端产品应运而生,具有一定市场需求。

伊利相关负责人表示,伊利其实从很早就开始筹备羊奶粉新产品。随着消费升级和供给侧结构性改革的持续深化,中国母婴消费需求在向着更高端、更高品质的方向转变。2017年初,伊利金领冠洞察到消费者的

需求变化,开始布局羊奶粉市场。2018年上半年正式开始筹备生产,将伊利17年母乳研究成果运用到羊奶粉的生产研发中。

伊利的到来无疑让婴幼儿配方羊奶粉这一市场进一步升温。2019年11月,健合集团推出的首款婴幼儿配方羊奶粉产品——合生元可贝思羊奶粉上市;同月,惠氏大中华区总裁崔峰向媒体透露,公司即将在香港上市首款羊奶粉,并通过跨境电商的方式销售至内地市场。

北京商报记者通过查询原国家食品药品监督管理局官网了解到,目前市场已通过婴幼儿配方羊奶粉产品配方的羊奶粉有圣元营养食品公司的圣特拉慕、维爱佳澳洲乳业有限公司的维爱佳、陕西红星美羚乳业股份有限公司的羚恩贝贝、澳优的佳贝艾特以及Bioshine的倍恩喜等众多国内外产品。

乳业专家宋亮在接受北京商报记者采访时表示,随着龙头乳企的纷纷入局,市场竞争进一步加剧。伊利进入该领域,很大程度上能使羊奶粉行业品牌集中度进一步提升。对于龙头企业而言,彼此之间的竞争更加激烈;对于中小品牌企业而言,未来在婴幼儿配方羊奶粉领域的机会越来越少,很多企业将面临退出市场的局面。

“伊利的品牌塑造力以及研发能力较强,同时在国内三四线母婴渠道拥有全覆盖能力。未来,羊奶粉不再是一个品类红利,比拼的将是企业的品牌以及渠道专业能力。”宋亮说。

北京商报记者 姚倩

## 战略收缩 贝因美拟出售北海宁神

北京商报讯(记者 钱瑜 王晓)12月17日,贝因美股份有限公司(以下简称“贝因美”)发布公告称,为进行适当战略收缩,聚焦主业,实现资源回报,贝因美全资子公司北海贝因美营养食品有限公司(以下简称“北海贝因美”)拟将所持北海宁神沉香产业发展有限公司(以下简称“北海宁神”)49%的股权予以出售。

贝因美在公告中表示,此次转让价格不得低于北海贝因美初始出资额1.09亿元,且不低于未来股权评估值,其中股权评估值待土地完成出资手续、符合交易条件后由具有证券从业资质的评估机构作出。交易对手方尚不确定,目前尚未签署任何交易协议,对该公司的经营情况以及财务状况的影响尚不确定。

公告显示,北海宁神为贝因美全资子公司北海贝因美的参股子公司。北海宁神注册资本为2.23亿元,其中,广西南神生物科技有限公司以货币出资1.14亿元,占注册资本的51%;北海贝因美以机器设备、土地使用权等实物合计出资1.09亿元,占注册资本的49%。据悉,北海宁神主营业务是代用茶、沉香茶生产、销售;工艺品(象牙及其制品除外)制造、销售;林木种植、收购、销售;禽畜养殖(限分支机构)销售;保健食品销售等。

关于出售北海宁神的缘由,贝因美在公告中表示,此次股权转让是基于贝因美经营战略考虑,聚焦主业,切割非核心品类,优化对外投资,可以使贝因美的各项资源投入更加精确,实现投入产出高效比。此外,贝因美预测,本次交易达成后将对贝因美经营收益产生积极影响。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示,随着

竞争的加剧,出生率的下降,中国的婴配粉行业也进入了高度竞争的节点。在此背景下,贝因美收缩战略、聚焦主业符合整个行业趋势,也符合贝因美目前发展状况,从政策端、资本端、产业端、渠道端、消费端五个端口综合来看,适当的收缩,对贝因美未来可持续发展以及布局都是匹配的。

不过,有业内人士指出,贝因美此次战略收缩和此前拓展经营范围的发展战略存在一定的冲突。今年9月12日,贝因美曾发布《关于变更经营范围、名称及地址的公告》,拟增加经营范围“技术推广服务,自有房屋租赁(健康管理不含诊疗),日用品销售,经营进出口业务”,并拟将公司名称由“贝因美婴童食品股份有限公司”变更为“贝因美股份有限公司”。对此,贝因美在公告中表示,在出生率明显下降、行业竞争加剧的背景下,贝因美变更名称及拓展经营范围,是为了发展新的业务增长点。

对于贝因美此次出售北海宁神以战略收缩和此前拓展经营范围的发展战略是否存在冲突?贝因美相关负责人在接受北京商报记者采访时表示:“本次出售与之前的更名,都是公司战略推进过程的具体表现,可谓一脉相承;公司在众多产业中选择了为孕婴童这个目标客户服务,同时,围绕孕婴童所需发展产业还需要进一步作出取舍。”

贝因美最新三季报显示,2019年前三季度,贝因美实现营业收入20.17亿元,同比增长11.46%;净利润亏损1.06亿元,同比下降478.85%。其中,三季度贝因美实现营收7.22亿元,同比增长24.89%;归属于上市公司股东的净利润1584万元。