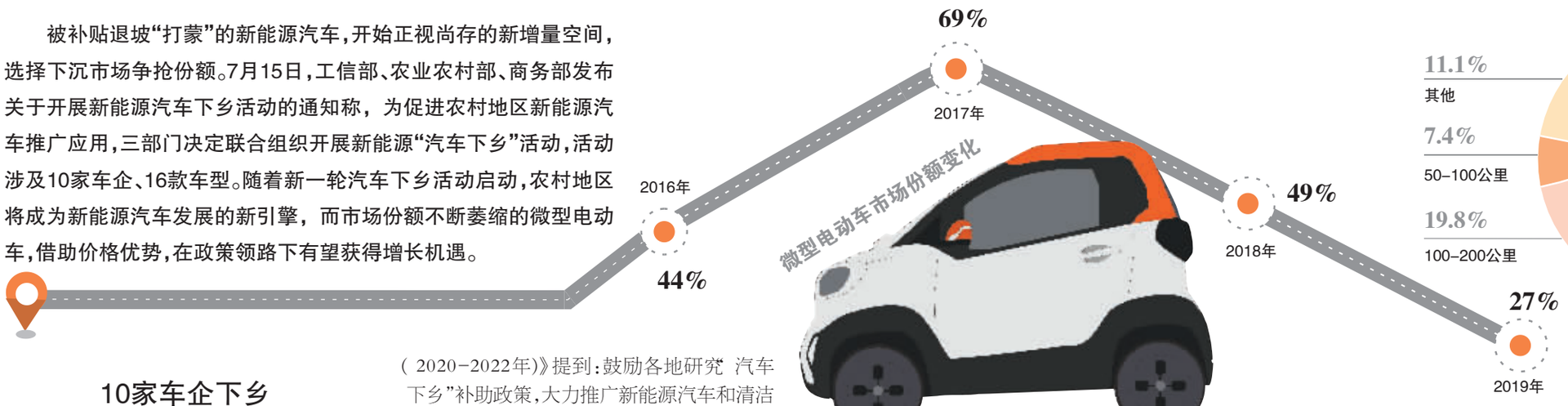
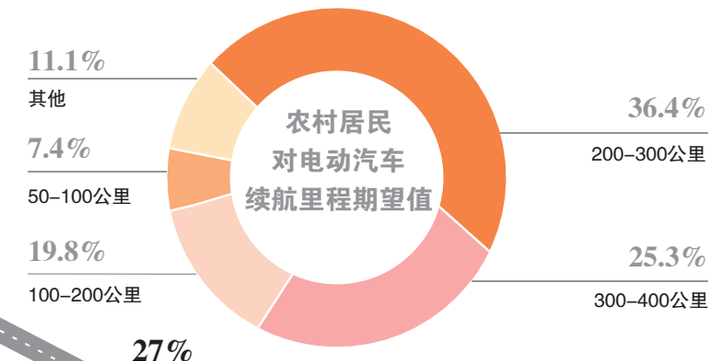
编辑 常蕾 美编 代小杰 责校 池红云 电话:64101880 kuaijiaogao@163.com

新能源车下沉“造市”

被补贴退坡“打蒙”的新能源汽车,开始正视尚存的新增量空间,选择下沉市场争抢份额。7月15日,工信部、农业农村部、商务部发布关于开展新能源汽车下乡活动的通知称,为促进农村地区新能源汽车推广应用,三部门决定联合组织开展新能源“汽车下乡”活动,活动涉及10家车企、16款车型。随着新一轮汽车下乡活动启动,农村地区将成为新能源汽车发展的新引擎,而市场份额不断萎缩的微型电动车,借助价格优势,在政策领路下有望获得增长机遇。





10家车企下乡

工信部、农业农村部、商务部的通知显示,此次下乡安排1场启动活动(山东省青岛市,时间拟于7月下旬)、4场专场活动(分别位于海南省海口市、云南省昆明市、四川省成都市、山西省太原市,时间为8月下旬至9月下旬)、系列企业活动。

活动期间,地方政府将发布本地区支持新能源汽车下乡等有关政策,参与汽车企业发布活动车型和优惠措施。参与此次活动的车企共有10家,多为自主品牌,包括北汽新能源、长城汽车、上汽通用五菱、长安新能源、奇瑞新能源、江淮汽车、比亚迪等。

事实上,2009年我国曾启动过一轮“汽车下乡”。当时,国家对农村居民购买1.3升及以下排量的微型客车,以及将三轮汽车或低速货车报废换购轻型载货车的,给予一次性财政补贴。当年,国内汽车产销量同比分别增长48.3%、46.15%。2009年,国内汽车产销量大幅增长,也使得中国首次正式超越美国,成为全球第一大新车市场。

今年以来,部分省市又相继出台了一些鼓励汽车下乡政策,且重点指向新能源汽车。其中,浙江《浙江省促进汽车消费的若干意见(2020-2022年)》提到:鼓励各地研究“汽车下乡”补助政策,大力推广新能源汽车和清洁能源汽车。四川也发文明确指出加大促进汽车消费力度,重点开展“汽车下乡”活动,大力促进农村消费。

此次“汽车下乡”活动的背后,是国内新能源车市的低迷。去年下半年以来,随着新能源补贴进一步退坡,国内新能源汽车产销量持续下滑。今年上半年,新能源汽车产销量分别为39.7万辆和39.3万辆,同比分别下降36.5%和37.4%。

促进市场回暖

“农村市场消费新能源汽车的潜力巨大。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为,新能源汽车下乡有助于升级农村居民出行方式,也能推动新能源汽车市场更加快速健康发展。

数据显示,农村地区百户汽车保有量已从2013年的9.9辆增至2018年的22.3辆。虽然增幅可观,但与大城市相比仍处低位。据预测,2021-2023年,农村地区汽车累计销量可达900万辆,如果这些需求由电动汽车替代,将拉动高达5000亿元的新能源汽车消费。

“农村具备良好的充电桩建设条件,但农村地区的使用环境和城市不同,而且农村居民和城市居民在消费习惯上也不尽相同,在农村推广新能源汽车时不应刻板地套用城市经验。”汽车行业分析师张翔说。

近日,中国电动汽车百人会发布《农村电动化调查报告》(以下简称《报告》)认为,农村居民个人出行需求与小型电动汽车里程匹配度高。从消费水平来看,年收入超过5万元的农村居民家庭占比近七成,农村居民购车预算集中在7万元以内,主要在5万元左右。

值得注意的是,此次参与下乡活动的车型多为各车企入门级小型、微型电动汽车。其中宝骏E100官方指导价仅为4.98万-5.98万元;长安奔奔E-star官方指导价为6.98万-7.48万元;奇瑞eQ1官方指导价为5.98万-7.88万元,江淮IEV6E官方指导价为5.65万-7.55万元,大部分都位于5万-7万元价格区间。

《报告》显示,200公里的续航里程能够基本满足农村居民日常出行需求。实地调研中,19.8%的受访农村居民对电动汽车续航里程的期望值为100-200公里,36.4%的农村居民对电动汽车续航里程的期望值为200-300公里。

在续航方面,参与下乡活动的车型续航里程大都高于300公里,其中欧拉R1续航里程为301-405公里、哪吒N01续航里程为301-351公里。北汽新能源相关负责人向北京商报记者表示,续航里程为300公里的北汽新能源EC3车型符合城乡市场需求,EC3车型的产品可靠性也相对较高,北汽新能源还能够提供三电终身质保。

微电动欲翻身

作为承担此次下乡任务的主力车型,近年来微型电动车发展并不顺利。乘用车市场信息联席会发布的数据显示,由于补贴日益减少、消费升级等因素,微型电动车市场份额由2017年的69%骤降至2018年的49%,去年进一步下滑至27%。

在农村市场,由于价格等因素,长期以来微型电动车一直被低速电动车“压一头”。资料显示,90%以上的低速电动车制造企业都为非正规的“小作坊型”企业,品牌众多,产品质量参差不齐,平均价格在3万元以下,低于正规汽车企业生产的微型电动车。直到近两年,随着政策监管趋严,低速电动车生存空间才开始萎缩。

尽管低速电动车企业发展受阻,但正规微型电动车要想彻底取代低速电动车,也并非易事。数据显示,目前国内低速电动车保有量高达600多万辆。如何促使农村居民淘汰这些低速电动车,一直困扰着新能源车企。

在张翔看来,此次下乡活动将成为彻底淘汰低速电动车、推动微型电动车回暖的一次契机。微型电动车要想顺利下乡,政府和企业需要为农村消费者制定更有针对性的补贴政策,给农村消费者提供更优惠、门槛更低的购车选择。

为鼓励农村居民淘汰手中的低速电动车,部分车企计划在下乡时推出置换补贴。上述北汽新能源相关负责人告诉北京商报记者,针对新能源汽车下乡活动,续航里程300公里的EC3车型价格从7.38万元降至5.98万元,在此基础上还会推出置换政策,任意低速车都可享受最高5000元置换补贴。

上汽通用五菱相关负责人向北京商报记者透露,参与下乡活动的具体优惠措施将于7月17日公布。长城汽车相关负责人也对北京商报记者表示,公司会配合做好新能源汽车下乡活动,相关政策正在制定中。

北京商报记者 刘洋 濮振宇

线上变相销售仍存 电子烟再迎监管重拳

7月15日,北京商报记者调查发现,虽然从淘宝、京东上搜不到“电子烟”相关产品,但在淘宝输入“烟”“一体便携式雾化”等相关词汇,则可以找到部分电子烟产品。而在前一天,国家烟草专卖局发布了《关于印发电子烟市场专项检查行动方案的通知》(以下简称《通知》)显示,将开展互联网电子烟信息全面清理工作。这是继2019年11月后,国家相关部门再次重拳整治电子烟线上销售。与此同时,电子烟板块多股下跌。

线上“变脸”

针对眼下大热的电子烟,相关部门通知规范不断,但依旧有人踩着政策红线谋利。

7月15日,北京商报记者调查发现,大量的电子烟产品依旧在淘宝、京东等电商平台售卖。北京商报记者通过淘宝搜索框输入“电子烟”时,虽未搜到相关产品,但在输入“烟”“一体便携式雾化”“电子点烟器”等相关词汇时,弹出了大量在售的电子烟产品。

中国电子商会电子烟行业委员会会长欧俊彪在接受北京商报记者采访时表示:“我们协会一直呼吁大家守法,但是还是有少数人这样做,有可能是2019年政策突然出台,少数商家没有别的渠道销售手上的备货,所以铤而走险。”

经济学家宋清辉分析称,一些平台通过对搜索关键词进行弱化,链接非边缘化的关键词,使得电子烟线上销售行为隐藏得越来越深,亟须进一步加强监管。

除在淘宝、京东等电商平台进行售卖外,也有部分商贩通过微信小程序、微信群等方式进行销售。北京商报记者在喜雾官网了解到,通过扫描小程序二维码可以联系到附近的实体门店,且这些门店基本都支持送货到家。

喜雾北京双井缤纷购物中心专卖店相关人员表示,通过微信可以线上购买,支持送货到家服务。当北京商报记者询问是否需要查看身份证信息时,该人员表示,需要满18周岁才可以购买,相关信息在购买时需要查看。

Zippo VAZO电子烟技术总监施润玮说,2019年两部委下发通告的当天,VAZO就全面关闭了所有的线上渠道,并对互联网传播进行了自查和规范,禁止一切线上购买入口。

全面检查

面对鱼龙混杂的电子烟市场,监管不断趋严。7月14日,国家烟草专卖局发布《通知》称,将自2020年7月10日-9月10日开展互联网电子烟信息全面清理、电子烟实体店和电子烟自动售卖机等新型渠道全面检查。包括全面清理互联网电子烟销售,防止改头换面、变相销售。

对此,施润玮表示:“这次两部委的专项检查行动不仅进一步明确了行业的监管主体和监管方式,同时也就产品的属性做出了明确定义;不仅对产品的销售范围和销售方式做出了明确规范,同时对企业的社会责任提出了更高的标准和要求。对于一个新兴市场,及时科学地进行有效监管,不仅能消除潜在风险,而且也能引导电子烟市场更加健康地发展。”

值得一提的是,这并非国家相关部门首次进行整治。2018年8月28日,国家市场监督管理总局、国家烟草专卖局就发布了《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》,对电子烟的发展进行相关的约束与规范。2019年11月1日,国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局发布《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》,敦促电商平台及时关闭电子烟店铺,并将电子烟产品及时下架。

面对监管趋严,施润玮在接受北京商报记者采访时说,两部委继2018年和2019年两次发布《保护未成年人免受电子烟侵害的通知》后,虽然对电子烟行业之前存在的乱象进行了规范,并敦促行业自行整改,但仍然存在一些变相违法行为。所以,本次的通知不仅仅是“敦促整改”,更是以两部委联合采取专项检查行动的方式,对行业中的违法行为进行严格监管和治理,彻底净化市场环境。

多股下跌

截至7月15日收盘,电子烟板块多股下跌。其中,科森科技跌4.96%,盈趣科技跌6.33%,顺灏股份跌6.95%,劲嘉股份跌7.38%。不过,截至7月15日收盘,7月10日才上市的“电子烟第一股”思摩尔并未受到太大影响。7月15日,思摩尔股价最低28.9港元,最高35港元。

事实上,电子烟板块早已开始出现波动。7月10日,受思摩尔港股上市影响,A股电子烟板块也出现异动。Wind数据显示,目前A股电子烟板块有13只个股,7月1日-13日,有12只个股至少收获1个涨停板,其中2只个股收获5个涨停板。

7月13日,国家烟草专卖局召开电子烟市场专项检查行动部署电视电话会议,要求对电子烟不规范问题露头就打。受此影响,7月14日,二级市场上概念股出现剧烈震荡。其中,思摩尔在7月14日早盘一度大跌逾7%,截至当天午间收盘涨3.45%。

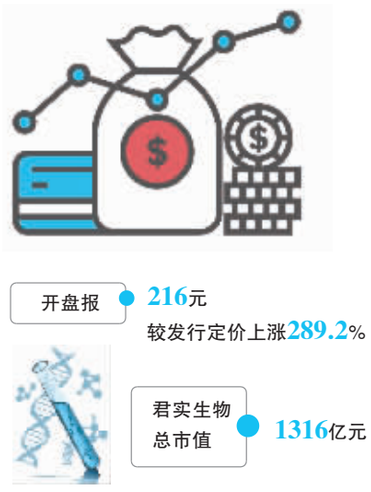
事实上,在面对线上监管趋严的同时,部分电子烟企业选择了“出海”,更多的企业选择了线下开店。一位电子烟品牌相关负责人告诉北京商报记者:“通知出台会更加规范电子烟行业。我们一直禁止未成年人以任何方式接触电子烟。国内市场监管严是好事,但我们主做海外市场,并在全球要求接触我们产品的人不能低于21岁。”

就渠道发展而言,思摩尔曾在招股说明书中提到,在下游市场,电子雾化设备一般通过线下及线上渠道分销。对于未来是否会进行渠道调整等问题,北京商报记者联系采访了思摩尔,但截至发稿对方未予以回复。

宋清辉说,相关部门对于电子烟发展推出的相关规定以及对于各渠道发展的检查,很大程度上将规范整个电子烟市场走向良性的发展。但对于一些电子烟企业而言,线上渠道的禁售查处,将会使很多企业转战线下,增加相应的成本。 **北京商报记者 钱瑜 白杨 张君花**

上半年预亏超5亿 君实生物为何上市首日仍大涨

北京商报讯(记者 姚倩)7月15日,君实生物在科创板正式挂牌交易,开盘报216元,较发行定价上涨289.2%。截至当日收盘,君实生物总市值达1316亿元。



此次君实生物首次公开发行A股募集资金净额为44.97亿元,计划12亿元用于创新药物研发,7亿元用于公司在上海临港的产业化项目,8亿元用于偿贷及补充流动性。

作为一家创新驱动型生物制药公司,君实生物成立于2012年,致力于通过源头创新来开发同类首创或同类最优药物。

2018年12月,君实生物的核心产品特瑞普利单抗注射液获国家药监局批准上市销售,这是中国首个获批的国产抗PD-1单抗,在PD-1领域打破了外资药品垄断的局面。

特瑞普利单抗的上市销售,使得君实生物开始具备“造血”能力。财报数据显示,截至2019年底,特瑞普利单抗的销售额达7.74亿元。不过,由于持续研发投入,公司2019年仍亏损7.47亿元。2020年一季度,君实生物亏损2.29亿元,公司预计2020年上半年亏损额为5.6亿-6.8亿元。

医药行业投资分析人士李项在接受北京商报记者采访时表示,君实生物面临产品集中度较高的风险,截至目前,特瑞普利单抗为公司唯一的上市销售药物。由于新药具有研发时间长等特点,短期来看,特瑞普利单抗仍将是公司收入和利润的主要来源,若特瑞普利单抗销售产生波动、临床开发进度不达预期,公司的经营业绩和财务状况都将受到不利影响。

从目前来看,君实生物正在和将要开发的产品包括生物创新药、生物类似药、抗体偶联药物,以及小分子药物等共21个品种,其中10个产品已经进入临床研究,包括1个已上市销售品种、1个已提交上市申请的品种;另外有11个产品处于临床前研究阶段。研发管线包括抗TNF-α单克隆抗体(修美乐生物类似药)、自主研发的国内首个抗PCSK9单抗、全球首个治疗肿瘤的抗BTLA单抗等。

在后续的商业化方面,李项认为,君实生物在研产品较多,在研项目成功商业化受到资金、技术先进性、政策变动等多个因素影响。君实生物及所在行业尚处于发展阶段,任何因素均具有不确定性,假若君实生物未能按计划时限达成一项或多项里程碑,则可能推迟公司能够获取在研药品批准及/或商业化的时间,也可能导致相应业务商业化失败或重大延误。

君实生物首席执行官李宁表示,科创板的设立为包括君实生物在内的致力于创新发展的医药企业提供了一个良好的资本支持平台和展示窗口。此次登陆科创板是君实生物又一个重要的里程碑,健康持续的融资渠道将助力其快速推进管线上的创新产品,同时加强与国内外合作伙伴的联合创新。