

华为真的不会造车吗

尽管多次公开否认造车,11月16日,又传出华为消费者BG正在与智能汽车解决方案BU进行整合的传闻。虽然这一消息还未得到华为方面的确认,但手机业务芯片短缺,用汽车填补业务空缺也在情理之中。值得注意的是,华为此前曾多次表示不会造车,若确实把汽车业务整合进消费者部门, to C属性进一步增加,将来是否有可能像恒大一样进入造车领域也未可知。

合并传闻

据36氪报道,华为消费者BG正在与智能汽车解决方案BU进行整合,总负责人是华为消费者业务CEO余承东。目前两个部门在投资层面已经合并,人员和业务上还没有变化。

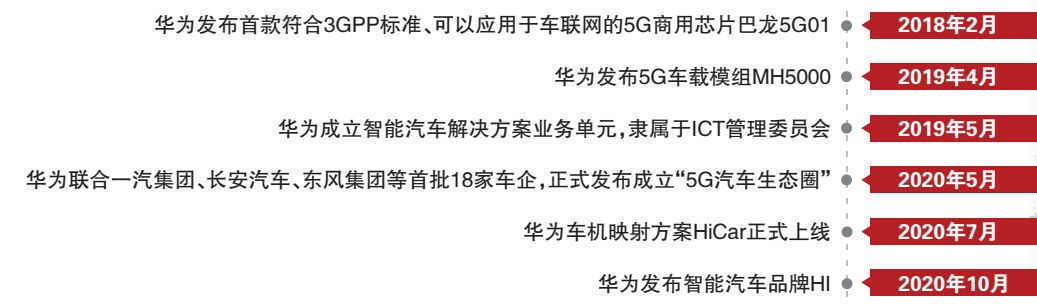
在华为的组织架构中, BU (Business Unit)是与BG (Business Group)并列的一级部门,该公司目前拥有三大BG:运营商BG、企业BG和消费者BG,以及两大BU: Cloud&AI 产品与服务BU和智能汽车解决方案BU。

据悉,华为每个大的业务部门都对应着一个管理委员会或者投资决策委员会, 职权包括审批业务投入所需的资源和人力等, 消费者业务BG有自己独立的管理委员会, 负责人是余承东, 而汽车BU自2019年5月正式成立起,属于ICT管理委员会,该委员会最高负责人是华为轮值董事长徐直军。

报道称,汽车BU和消费者BG在投资层面合并,就是把汽车BU划到消费者BG管理委员会下面,余承东总负责,这意味着,华为汽车业务负责人将由徐直军向余承东交接。而华为的部分汽车业务原本就不完全独立于消费者BG,据报道,华为的车载5G模组、TBbox、鸿蒙操作系统、车机映射方案HiCar等,都是消费者业务部门的技术,而汽车BU的智能座舱方案也是基于上述部分技术搭建。

北京商报记者就此向华为方面求证,对方表示目前还没有回应。

事实上,余承东已经多次出现在华为汽车业务的合作活动上。今年,余承东率队到访中国蓝谷,会面北汽新能源总经理刘宇和北汽新能源副总经理兼ARCFOX BU总裁



华为汽车业务发展大事记

于立国;日前,长安汽车宣布联合华为和宁德时代打造一个全新高端智能汽车品牌,余承东当时还通过视频发言称:“百年汽车产业与ICT产业一样面临着新时代的变革。两家公司强强合作,面向未来智能化、电动化汽车时代,共同打造新的智能电动汽车品牌和产品”。

填补空缺

“汽车相关的软硬件技术方案以及周边产品的加入,对于因手机业务受冲击而面临下滑的消费者业务来说,是强有力的补充。”产经观察家丁少将说。

上周,有消息称,华为计划将子品牌荣耀整体出售,这笔交易将包括几乎所有资产,包括品牌、研发能力和供应链管理。据11月16日最新消息,荣耀出售方案将在本月17日正式宣布。

在手机业务方面,荣耀是华为重要的组成部分,综合各方渠道的数据估算,在国内市场,荣耀占华为智能手机销量的比重约为33%。如果荣耀将被出售的消息属实,华为为消费者业务将出现空缺,汽车业务的并入刚好

弥补这一空缺。

同时,丁少将指出,将汽车BU和消费者业务整合,在业务上有利于实现场景的打通,更好地实现相互赋能。

通信专家马继华也表示:“从企业的视角来看,汽车跟手机、平板、笔记本、电视、无人机一样,是5G时代非常重要的终端之一。所以把汽车业务与消费者业务统一,由余承东来运营是非常合适的,可以更好地集中资源,这两块在技术和应用上有很多类似的地方,需要打通。”

北京商报记者了解到,华为的HiCar解决方案和车载智慧屏就是由消费者BG推出的。据日前华为消费者业务手机产品线总裁何刚公布的数据,华为HiCar已经与超过20家车厂、150多款车进行了合作,2021年计划预装超过500万台车;而华为将面向存量汽车推出的车载智慧屏,将于12月正式发布,实现华为HiCar的后装落地。

上个月在Mate 40发布会上同时推出的“HI”品牌,则是智能汽车解决方案BU的作品。“HI”品牌将以全栈的智能汽车解决方案与汽车制造商们开展深度合作,包含1个全新的计算与通信架构以及智能驾驶、智能座舱、

智能电动、智能网联、智能车云等五大系统,此外,“HI”还拥有AOS、HOS、VOS三大计算平台。

有分析称,将汽车业务全部整合到消费者BG,那么华为做智能手机的经验,一定程度上可以复制到智能汽车业务上。

造车与否

从这两年对汽车业务的布局来看,华为在这一领域投入了非常大的精力。据悉,华为智能汽车解决方案BU员工已经超过4000人。徐直军日前在接受采访时透露,今年华为智能汽车解决方案BU的投入超过5亿美元,短期内没有考虑汽车业务的盈利问题。

华为当前对于汽车产业的布局,大多集中在to B领域。马继华对北京商报记者表示,华为以前主要给一些汽车厂商提供一些相对比较先进的网络技术、人工智能技术、芯片技术,涉及to C以后,华为就可以从应用方面下手了。比如我们前段时间从Mate 40发布会上看到了它跟高德的合作,已经让汽车导航更高精度,下一步,华为的应用很可能就出现

在汽车的车窗上、屏幕上。”

不过,如果汽车BU将被整合到消费者BG的消息属实,该业务的to C属性也会进一步增加,华为是否有可能进入整车制造领域呢?毕竟恒大这个地产商都实现了这样的大跨界。

去年以来,华为创始人任正非多次向媒体表示华为不会造车。徐直军也曾表示,智能汽车解决方案现在扩展的业务看似很多,但都是基于某个原有产业延伸出来,满足智能网联汽车这个场景。

丁少将认为,华为短期内不会做汽车,还是以方案商的身份与车企合作为主,这符合华为打造平台生态的整体战略,一旦自己造车,和车企直接竞争,华为方案的竞争力就会下降。

“短期来看,华为还是不太可能自己做汽车,但华为会更深度地参与汽车制造,比如未来会延续它在手机上和莱卡、保时捷的跨界合作,不同的是,手机业务上华为强调的是自己的品牌,而在汽车上,华为可能更多强调合作对象的品牌,把自己的品牌弱化。”马继华说。

北京商报记者 石飞月

谋科创板上市 百济神州烧钱何时休

从纳斯达克到港交所,百济神州这次将目光瞄向了科创板。11月16日,百济神州发布公告称,公司拟科创板上市,预计将于2021年上半年完成。若成功在科创板上市,百济神州将成为第一家在美股、港股和A股同时上市的创新药企。自2010年成立以来,百济神州累计融资额超40亿美元。与之相对的是,手握两款自主研发产品,公司仍在持续亏损。这样的“烧钱”模式也曾引发市场质疑,持续投入最终能否实现盈利还有待市场检验。

三地上市

百济神州或成为首家在三地上市的药企。11月16日,百济神州在港交所发布公告称,公司董事会批准可能发行人民币股份并将该等股份在科创板上市的初步建议,建议发行人民币股份预计将于2021年上半年完成。

资本市场方面,百济神州此前已分别在纳斯达克和港交所上市。2016年2月,百济神州在美国上市。在港交所宣布新规之后,2018年7月27日,百济神州宣布赴港上市并公布募股发行计划;8月8日,百济神州正式登陆港交所。

百济神州回A早有迹象。7月13日,百济神州对外宣布,以每股14.2308美元,配售1.46亿股,集资金额约为20.8亿美元。根据瑞信银行提供的数据,这是全球范围由生物技术公司发行股票对外融资规模最大的一次,此次融资由百济神州现有股东和主要投资者共同参与,主要投资方有高瓴资本、Baker Brothers,以及安进。

百济神州首席财务官兼首席战略官梁恒彼时对媒体表示,正在积极考虑,并与有关部门协商回归A股市场。

针对公司此次上市事宜,百济神州相关负责人表示以公告内容为准。根据公告,经扣除发行开支后,百济神州所得款项的初步用途拟用于公司主营业务。截至目前,除公告所披露的建议发行人民币股份的初步建议及其他信息外,百济神州没有就发行人民币股份向中国

相关监管机构作出任何申请。

截至11月16日收盘,百济神州港股报165港元/股,跌1.9%。

三年亏损百亿

作为一家全球性、商业阶段的生物科技公司,百济神州主要研究、开发、生产以及商业化创新性药物,公司营收来源主要分为创新药和授权合作药两部分。与大多数创新药研发企业一样,百济神州尚未实现盈利。

据不完全统计,2017-2019年,百济神州累计亏损17.12亿美元,约合112.59亿元人民币。在尚未有自己商业化产品前,百济神州的主要营收来源于与其他药企合作带来的产品收入和合作收入。2017年,百济神州拿到了新基公司旗下几款重要产品在中国的运营权,包括用于治疗晚期乳腺癌的ABRAXANE注射用紫杉醇(白蛋白结合型)、用于治疗多发性骨髓瘤的瑞复美(来那度胺)和用于治疗骨髓增生异常综合征的维达莎(注射用阿扎胞苷)的销售以及在研产品CC-122的商业化任务。

2019年11月,百济神州宣布公司自主研发的抗癌新药泽布替尼以“突破性疗法”的身份“优先审评”获准在美上市,这也成为百济神州商业化的首款产品。当年12月,百济神州的抗PD-1抗体药物百泽安获得国家药品监督管理局批准上市。今年6月,泽布替尼在国内获批上市。

目前,手握两款自主研发产品的百济神州仍处于亏损状态。三季报显示,截至9月底,百济神州实现营收约2.08亿美元,同比下降43.78%;净亏损11.24亿美元。百济神州方面称,亏损的主要原因为临床试验费用和研发费用的显著上涨。

能否盈利

若此次在A股成功上市,百济神州的融资渠道无疑将进一步被拓宽。自2010年成立以

来,百济神州累计募资达20亿美元,如2016-2018年分别在纳斯达克发起三轮定向增发,金额分别达2.12亿美元、1.75亿美元和8亿美元;2018年9月,百济神州在港股IPO,募资9.03亿美元。加之今年7月的20.8亿美元融资,百济神州累计融资额超40亿美元。

业内人士分析称,按公告说的建议发行人民币股份的规模;给予发行的人民币股份不得超过紧接该等发行前公司已发行股份总数及本次建议发行人民币股份项下拟发行及配发的人民币股份数目之和的10%,百济神州此次寻求科创板上市拟募资约190亿港元,约合160亿元人民币。

梁恒认为,这些融资资金能让公司尽快加大对新的产品和机会的投资,继续创造可持续性的竞争优势,继续领导行业的改变。今年7月,百济神州方面在接受媒体采访时透露,公司的临床研发团队已有1350多人,最主要的时间和成本都投入到临床开发的阶段。30项临床早期管线的药物中有8个是有全球权益的,目前有三四十项全球的临床试验在进行,其中有10项是全球的三期临床试验。

医药行业投资分析人士李珉告诉北京商报记者,百济神州目前获批上市的两款产品均面临不同程度的竞争压力,其中泽布替尼海内外获批的适应症为套细胞淋巴瘤,该适应症新发病人群较小,PD-1产品百泽安在进入医保后,价格会有大幅的下滑,进一步影响公司的营收和利润。依靠上述两款产品实现盈利不现实,百济神州只有不断推动更多药品上市。

不过,在业内人士看来,百济神州的“烧钱”模式能否最终实现盈利还有待验证。2017-2019年,百济神州的研发费用分别为2.69亿美元、6.79亿美元以及9.27亿美元,累计约合123亿元人民币。2019年9月,香港J Capital Research(美奇金)发布做空报告认为,百济神州研发人员的开支畸高:“这让我们确信,该公司在其九年历史上没有任何一种药物获批的情况下,要么存在极度浪费的行为,要么就是虚报开支。” 北京商报记者 姚倩

聚焦

广告营收减少 搜狐三季度重回亏损

北京商报讯(记者 魏蔚)与搜狐CEO张朝阳预言的一样,搜狐在2020年三季度再次转亏。11月16日,搜狐发布了2020年三季度财报,营收1.58亿美元,同比减少5.7%,非美国通用会计准则下,净亏损700万美元,同比减亏超76%。对比业务表现,环比增长8.1%的品牌广告业务,被搜狐津津乐道,张朝阳强调的重点还有:搜狐预期将在四季度重回盈利。

分业务看,搜狐2020年三季度品牌广告营收4100万美元,同比减少11.4%,环比增长8.1%;在线游戏营收1.01亿美元,同比减少6.2%,环比减少4.4%;其他营收1541.8万美元,同比增长17.9%,环比减少3.4%。

针对此次财报,张朝阳表示,“2020年三季度,我们持续优化产品,完善技术,提高优质内容质量并优化其分发,进一步巩固了我们的核心竞争力及公信力。与此同时,我们不断探索差异化的创新商业化机会。借助日趋成熟的搜狐视频App及其先进的直播技术,我们成功地举办了多场创新的内容营销活动,覆盖搜狐媒体和搜狐视频的全矩阵产品。这些活动有效增强了用户之间的互动,并获得了广告主的良好反馈。目前宏观经济环境仍具挑战,但是本季度我们的品牌广告收入达到此前预期的上限,环比增长8%。第三季度,畅游在线游戏业务表现良好,其收入超过了此前预期”。

对品牌广告的肯定,是张朝阳在二季度就强调过的。当时他向北京商报记者直言,对比2019年四季度和2020年第二季度的两次盈利,他更在意

第二次,是因为2020年二季度,由搜狐媒体和视频业务贡献的品牌广告营收环比增长48%。

如果从环比增幅看,三季度增长8.1%,二季度增长48%,三季度明显乏力,对此搜狐相关人士并未给出解释。比达分析师李锦清猜测:“一般来说,四季度是互联网广告的旺季,企业在三季度投放时会有所保留,二季度因为有6·18大促等重大项目,品牌广告的营收会随之增加。这一增一减,可能是搜狐三季度品牌广告营收环比增幅下降的原因”。

至于亏损,在发布2020年二季度财报时,张朝阳就曾预言,三季度搜狐预期不盈利,原因是畅游有俄罗斯方块等新游戏上线,推新游戏会提高成本,畅游的盈利额不会那么高,会影响到搜狐整个盈利能力,四季度可能会恢复正常”。

根据2020年三季度财报数据,搜狐的营业费用环比确有不错的增长。数据显示,该季度搜狐营业费用1.15亿美元,其中产品开发费用5953万美元,同比增长6.8%,环比增长2.1%;销售与营销费用4025万美元,同比减少25.8%,环比增长22.1%;一般和行政费用1518万美元,同比增长17%,环比增长6.1%。

不过截至北京商报记者发稿,搜狐相关人士并未透露以上三项费用环比增长的具体原因。对于四季度,搜狐表示:受游戏业务增长驱动和搜狐业务的稳定表现,搜狐预期将重回盈利,非美国通用会计准则净利润在1500万-2500万美元之间。