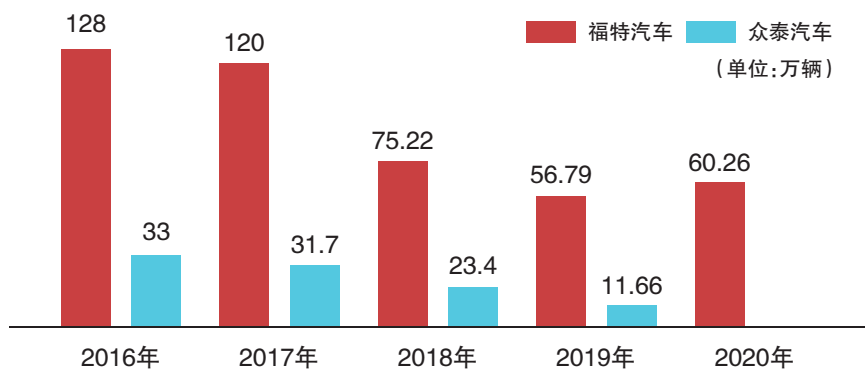


与众泰合资项目流产 福特新能源另起炉灶

三年多时间，福特汽车在华成立的首家新能源整车合资公司以流产告终。2月3日，福特汽车相关负责人向北京商报记者证实，福特汽车与众泰汽车的纯电动车合资项目已宣告终止。业内人士表示，从股东双方发展状况来看，众泰福特合资项目的流产并不意外。不过，作为一家在华持续面临“双积分”考核压力的车企，福特汽车在此次放弃合资项目后，仍需思考如何解决自身在华新能源布局迟缓的问题。



·福特汽车与众泰汽车在华销量变化·



源，设立相应的业务中心来加速落实福特汽车此前承诺的向中国推出一系列包括纯电动和插电混动等新能源车型的规划。

值得注意的是，福特汽车在华已成立新的新能源合资公司。天眼查显示，2018年10月福特汽车与南京江宁经开信息产业发展有限公司共同成立福特蓝色马赫科技(南京)有限公司(以下简称“蓝色马赫”)，其中福特汽车持股80%。蓝色马赫经营范围虽不涉及新能源汽车整车制造，但包括新能源汽车整车销售。

近日，福特中国公布Mustang Mach-E国产计划，这款基于福特全球首个高性能纯电动平台打造的SUV将在长安福特进行生产。不过，有消息称，Mustang Mach-E只是在长安福特生产，该车及福特后续高端智能纯电动车项目的销售等环节将由蓝色马赫体系负责。

目前，Mustang Mach-E尚未公布售价。张翔认为，Mustang Mach-E应该会定位在30万元左右的纯电市场，这一市场需求比较旺盛，也是比亚迪、小鹏、特斯拉等头部新能源车企角力的主战场。

作为福特旗下首款面向全球市场的纯电SUV，Mustang Mach-E备受外界关注。Mustang Mach-E NEDC续航里程达680公里，拥有与特斯拉Model Y类似的隐形门把手、全封闭式格栅等设计，且两款车型均为中型SUV，因而Mustang Mach-E也被外界视为福特汽车挑战特斯拉、抢夺新能源汽车市场份额的重要车型。

“从配置上看，Mustang Mach-E拥有比肩特斯拉的产品性能。但在新能源汽车市场，特斯拉等新兴电动汽车企业拥有更强的品牌影响力，福特汽车要想成功从这些对手口中夺食，不仅需要推出足够强的产品，更需要在售后服务等更多层面打造出足以吸引消费者的独特竞争力。”经济学家宋清辉表示。

北京商报记者 刘洋 濮振宇

纯电布局受挫

2月3日，福特汽车相关负责人向北京商报记者表示：福特拟与众泰汽车共同设立纯电动车合资公司和智能出行合资公司的计划无法继续实施，因此福特中国经过综合考虑决定终止此前分别在2017年和2018年与众泰汽车签署的两份相关合资合同。

2017年8月，众泰汽车与福特汽车签署谅解备忘录，将各持总股本的50%，共同建立中外合资自主品牌纯电动乘用车生产企业。随后，双方将合资公司中文名称暂定为“众泰福特汽车有限公司”(以下简称“众泰福特”)。2017年12月，福特汽车与众泰汽车举行合资公司工厂项目投资签约仪式，双方将合作开发年产10万辆系列经济型纯电动乘用车。

2016年下半年以来，全球汽车巨头加速布局新能源汽车领域，相比之下，福特在电气化进展上则慢了半拍。

根据福特汽车2017年4月时发布面向中国市场的新能源战略显示，2018年福特汽车才在中国市场正式推出插电式混合动力技术的蒙迪欧Energi；五年内将向中国市场投放

一款单次充电续航里程超过450公里的纯电动小型SUV。

在乘用车市场信息联席会秘书长崔东树看来，我国“双积分”政策带给外资车企的压力，也是推动福特汽车选择在华成立纯电动车合资公司的原因之一。据了解，“双积分”政策对企业平均燃料消耗量积分及新能源汽车积分(“双积分”)情况进行考核，只有两种积分之和大于零才算达标。

如今，众泰福特合资项目正式终止，福特汽车在华仍面临“双积分”考核不达标的问题。去年7月，工信部公布2019年度“双积分”核算情况显示，福特汽车旗下福特中国、长安福特、江铃汽车2019年“双积分”均为负值，其中福特中国平均燃料消耗量积分为-100830分，新能源积分为-5306分。

股东无暇他顾

事实上，外界对于众泰福特项目的流产并不感到意外。2018年2月，时任福特汽车亚太区总裁傅礼德表态称，众泰福特新合资公司将在2018年内完成审批。然而，2019年8月众泰汽车董秘在回复投资者提问时则表示，

与福特的合作项目正在等待发改委审批。

根据最初计划，众泰福特合资项目预计投产时间为2019年9月。但直到目前，合资项目也并未实现投产。此前，有报道援引众泰汽车员工的话称，众泰福特合资项目主要是众泰方面在管理，福特方面几乎没有做过实质性投入，合资研究院基本成为摆设，整个合资项目早已接近于停摆。

众泰福特进展迟缓背后是两大股东的发展不顺。2017年，众泰汽车尚处在销量高峰期，众泰新能源汽车在国内市场也占据一席之地，福特汽车当时选择与众泰汽车合作可以理解，但后来随着众泰汽车业绩不断恶化，双方的合作基础已经逐渐丧失。“汽车行业分析师张翔说。

数据显示，众泰汽车2018年、2019年销量同比分别下降26.23%、50%。财报显示，2019年众泰汽车归属于上市公司股东的净利润为亏损111.9亿元，同比由盈转亏。2020年前三季度，众泰汽车归属于上市公司股东的净利润为亏损15.63亿元，同比下降105.67%。

随着业绩下滑，众泰汽车开始深陷债务困境。2020年9月，众泰汽车债权人浙江永康农商行以众泰汽车不能清偿到期债务，并且

已明显缺乏清偿能力，但仍具有较高的重整价值为由，向法院提出对众泰汽车进行预重整申请。随后，法院受理登记债权人对公司预重整申请。

作为合资项目另一股东，福特汽车近几年在华的发展状况也并不理想。2018年，福特汽车在华销量约75.22万辆，同比下降36.9%；2019年，福特汽车在华销量仅56.8万辆，同比下降26.1%。

2019年4月，福特中国发布“福特中国2.0”战略，提出加速产品研发和投放速度、研发智能科技、深化战略合作伙伴关系、坚持创新和本土人才培养等五大计划。2020年，福特汽车在华销量开始回暖，但同比增幅只有6.1%。

成立新合资公司

在众泰福特项目终止后，福特汽车在华将如何推进新能源布局？福特汽车相关负责人告诉北京商报记者，作为福特中国2.0业务转型蓝图的一部分，福特汽车将会在中国寻求打造一种更加灵活的业务模式，通过整合利用福特汽车全球和在中国本地的关系及资

TCL家电入主 奥马电器路在何方

TCL家电正在加速“收购”奥马电器。2月3日，奥马电器发布公告称，股东惠州TCL家电集团有限公司(以下简称“TCL家电集团”)再次增持该公司股份，至此，TCL家电集团及其一致行动人合计持有奥马电器近10%的股份。有分析指出，TCL意在通过奥马电器实现家电业务重新在国内资本市场上市。然而，受互联网金融拖累，现在的奥马电器已经不复当初，出于资金问题，该公司已经出售近半冰箱业务股份，金融业务也在逐渐清退。

持股近10%

公告显示，奥马电器于2021年2月2日接到股东TCL家电集团的通知，TCL家电集团于2021年2月1日-2日期间，通过证券交易所集中竞价交易方式增持奥马电器股份14866262股，占公司总股本的1.37%。

而在前一天晚上，奥马电器才发公告称，TCL家电集团于2021年1月29日通过证券交易所集中竞价交易和大宗交易方式增持公司股份约3934万股，占公司总股本的3.63%。

1月8日，TCL家电集团就与其一致行动人重庆中新融泽投资中心(有限合伙)(以下简称“中新融泽”)签署了一致行动协议，增持奥马电器股份5420.55万股，占其总股份的5%。

这三次增持后，TCL家电集团与中新融泽合计持有奥马电器股份9.9999%，近10%。

除了上述增持的股份外，TCL家电集团于1月14日参与法院网上司法拍卖，成功竞拍获得奥马电器4047.44万股。不过，就前述竞拍取得的上市公司股份，TCL家电集团尚待取得司法机关出具的拍卖成交裁定书。

权益变动报告书显示，TCL家电集团和中新融泽是看好上市公司未来的发展进而实施的股份增持。但在家电行业观察人士许意强看来，TCL表面上是想借助奥马电器旗下的冰箱业务，提升TCL在冰箱业务上的全球化竞争力。实际上，TCL家电是希望可以谋求奥马电器的平台，推动TCL家电业务在国内资本市场的再次整合上市，从而构建新的驱动力。

押宝失误

奥马电器创立于2002年，2012年在中小板挂牌。该公司主营冰箱制造和销售，由于常年超七成营收来自海外，奥马电器被称为“出口冰箱之王”。据公开报道，奥马冰箱2009-2019年连续11年蝉联中国冰箱出口冠军，连续12年稳居冰箱出口欧洲第一。

然而，2015年的一次变动让奥马电器的命运彻底改变。当时，从京东副总裁离职后的赵国栋受让了奥马电器20.38%股权，代替奥马电器创始人蔡斌成为控股股东、实控人。金融出身的赵国栋入主刚一个月，就推动奥马电器以6.12亿元现金收购了其名下的中融金(北京)科技有限公司(以下简称“中融金”)51%股权。不可否认的是，赵国栋的决策曾帮助奥马电器借助2015年互联网金融大热狠狠赚了一笔，2017年，奥马电器又支付7.84亿元现金收购了中融金剩余的49%股权，奥马电器也正式形成冰箱与金融双主业的发展格局。

但随着市场行情回调，浪潮退去，互联网金融不再是人人争抢的香饽饽。2016年和2017年，尽管奥马电器仍然保持着双位数百分点的净利增速，但并未能扭转股价跌势。直到2018年，互金行业迎来强监管，中融金出现大面积坏账，上市公司也受到严重拖累。2018年财报显示，中融金净利润亏损达6.67亿元，再加上商誉减值、计提坏账，奥马电器2018年亏损19.03亿元。

这两年，奥马电器几乎是在“拼命”剥离互金业务。2019年12月13日，该公司召开会议，将中融金100%的股权出售至赵国栋及权益宝(北京)科技有限公司；今年1月25日，奥马电器称，拟以1.19亿元将全资子公司网金投资的全部股权，转让给深圳长河投资有限公司。

在这一过程中，据奥马电器公告，2019年赵国栋所持公司股份已通过集中竞价的方式减持1020万股，累计减持数量已经超过计划一半。之后，赵国栋持有的股份全部办理质押登记手续，并被司法冻结及轮候冻结。

产经观察家丁少将认为，奥马电器控股股

东、实际控制人目前的股权处于质押冻结状态，因此未来很可能会被动减持；至于会不会最终导致控制权的变化，还需要进一步观察”。

如此看来，赵国栋大有出局之势。此前有媒体报道，奥马电器工作人员曾透露，该公司在寻求新的控制人；已有企业达成初步意向，但由于各方面原因尚未确定，对方企业存在一定压力，尚不方便披露”。

对于公司新的控股方和控制人，北京商报记者也采访了奥马电器方面，但截至发稿对方未做出回复。

未来难测

因为互金业务的失利，奥马电器负债累累。为了缓解债务压力，该公司不得不出售了主营业务奥马冰箱49%的股权，后者一直是前者的主要营收来源。奥马电器2019年年报显示，家电行业贡献营收71.67亿元，占营收比重的96.95%，金融科技相关业务营收占比不足3%。

基于此，奥马电器预计，2020年实现营业收入70.06亿-105.06亿元，净利润预计亏损0.75亿-1.5亿元。

如今，冰箱业务只剩约一半股份，金融类业务几乎全部出售，未来，奥马电器要如何发展呢？

丁少将指出，业务层面，冰箱依然是其重要的收入来源之一，也是奥马电器为数不多的优质资产。奥马冰箱在出口市场有着多年的积累，仍具有一定的投资价值，这也是一直致力于开展全球化业务的TCL投资的原因之一。“未来家电业务的进一步出售，像新飞一样让更大的家电企业接盘运营，以确保品牌、制造、出口等能力的延续，或是一个不错的结局。”

许意强则认为：短期来看，奥马冰箱仍是营收和利润的主要来源，至于未来，奥马电器的控股权处在新一轮的变化通道之中，其主业显然会随着控股股东的变化而变化，在实际控制人没有确定的情况下，很难给出答案。”

奥马冰箱相关负责人告诉北京商报记者，2020年该公司冰箱出口规模增长了15%-20%。

北京商报记者 石飞月

佳贝艾特窜货导致业绩增速放缓？澳优：调整经销商交付量所致

2月3日，有消息称，2020年澳优旗下羊奶粉品牌佳贝艾特遇到渠道窜货问题，导致收入增速放缓。对此，澳优相关负责人表示：“澳优对渠道的调整与优化对公司2020年的财务表现虽造成短期影响，但从长远看，我们认为有利于护佑公司业务的长远稳健发展”。

澳优相关负责人在接受北京商报记者采访时表示：“澳优对渠道的推广、准入和管理等十分重视，并运用产品追溯体系的重塑、内码追溯等技术手段严格防控奶粉窜货现象”。

华西证券近日在研报中指出，“2020年澳优羊奶粉佳贝艾特遇到渠道窜货问题，导致收入增速放缓”。财报显示，2020年第一季度羊奶粉同比增长高达37.25%，第二季度增速降至12.88%，第三季度增速更是降至个位数，增速仅为2.68%。

对于业绩波动，澳优相关负责人表示：“在刚刚过去的2020年，为避免疫情影响下分销渠道库存过剩，公司适度调整向部分品牌经销商的产品交付量，优化产品库存管理。虽然上述调整对公司2020年财务表现造成短期影响，但从长远看，该举措有利于护佑公司业务的长远稳健发展”。

澳优的羊奶粉一直以来支撑着澳优营收的近半壁江山，羊奶粉增长受挫，澳优整体业绩也会被拖累。澳优发布2020年前三季度财报显示，公司营收57.58亿元，同比增长22.8%；其中，前三季自有品牌配方羊奶粉收入为23.5亿元，较2019年同期19.96亿元增长17.8%，跑输整体营收增速。对此，澳优表示：“佳贝艾特第三季度在中国增速较慢，使集团整体收入增速受到拖累”。

受渠道调整影响，华西证券预测：“2020年第四季度澳优羊奶粉出货端收入同比略下降，基本面降至最

低点”。

“如果说在两年前窜货是全行业现象，那么在2020年真正有窜货价值的基本都是大型龙头企业。”乳业专家宋亮称，2020年部分大型企业通过不断更换代理商，完成压货任务，造成大批中小经销商血本无归退出行业。

一位奶粉经销商告诉北京商报记者，大型企业之所以具有窜货价值，其一在于大型企业的品牌流量大、定价高，利润空间足；其二大型企业经销商的压力较大，由于拿货成本较高，不及时出货很容易导致资金周转不畅。

“渠道窜货主要是由于企业不断向渠道商压货所致。”宋亮指出，由于出生率下降以及产能过剩等因素影响，大批企业为提升业绩不得不向渠道商压货，同时仍然按照老办法给经销商实施年终返利、高额回扣等，但要求经销商必须完成相应额度。2020年下半年在市场总体萎缩情况下，经销商不得不加大窜货量来完成企业要求，甚至部分经销商倒贴差价赔本销售。从而造成渠道窜货、流货、乱价现象严重。

此外，原来的防控措施失效也是造成渠道窜货的另一原因。快消新零售专家鲍跃忠表示：“过去，企业是通过品牌方明确价格体系，靠分区代理的市场格局来控制市场窜货，但目前，在全渠道背景下，原来的市场模式早已不能适用，现在品牌商、经销商都在做全渠道，因此经销商很可能把产品卖出自己原来所代理的区域”。

在业内人士看来，窜货是经销商越区销售产品，造成价格混乱的市场行为。羊奶粉佳贝艾特的渠道窜货问题如果不能彻底解决，不仅会对澳优整体业绩造成影响，也会打击分销商的销售信心。

北京商报记者 钱瑜 白杨 王晓