

## · 产业动态 ·

## 4月汽车经销商库存预警指数上升

北京商报讯(记者 钱瑜 濮振宇)5月6日,中国汽车流通协会发布的最新一期《中国汽车经销商库存预警指数调查》(VIA (Vehicle Inventory Alert Index))显示,2019年4月,汽车经销商库存预警指数为61%,环比上升5.7%,同比上升6.47%,库存预警指数位于警戒线之上。

从分指数情况看,库存指数、市场需求指数、平均日销量指数、从业人员指数、经营状况指数均出现环比下降。

从区域指数情况看,4月,全国总指数为61.03%,北区指数为59%,东区指数为57.91%,南区指数为69.8%,西区指数为64.86%。由于4月有清明节,南方部分地区消费者受传统习俗影响不在4月购车,导致南区指数较高。

从分品牌类型指数看,4月进口&豪华品牌指数、合资品牌指数、自主品牌指数较上月上升,其中豪华品牌库存指数上升幅度较大,上升9.1%,主要受“西安奔驰维权事件”影响所致。

中国汽车流通协会相关负责人表示,4月,部分地区春季车展对市场需求起到一定促进作用,但是其他一系列因素致使4月整体市场需求及销量下降。5月“五一”小长假或将引发一轮购车小高潮,但5月整体市场情况依旧艰巨。部分地区,国六切换临近,清库压力大。

## · 公司报道 ·

## 澳优

## 一季度净利增长超四成

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 黄亚亚)5月6日,澳优发布正面盈利预告显示,公司一季度预计实现营业收入15.15亿-15.35亿元,同比增长40.5%-48.2%;实现净利润1.46亿-1.54亿元,同比增长40.5%-48.2%。

澳优在公告中对业绩增长的原因进行了说明,主要是因为自有品牌配方羊奶粉及羊奶粉产品较2018年增长约34.1%。截至目前,澳优已拿到15个系列45个婴幼儿奶粉配方注册,其中多个配方于2019年3月完成注册。

在澳优业绩增长的背后其实也是羊奶粉市场规模正不断加大。澳优董事长颜卫彬曾表示,羊奶粉产品目前市场需求很大,佳贝艾特去年销售额超过20亿元,仍供不应求。业内分析认为,羊奶具有易吸收、低致敏等特点,近年来受到市场的欢迎,羊奶粉市场规模未来有望达到200亿元。

澳优2018年业绩公告显示,公司自有品牌奶粉业务近三年复合增长率约40.2%,2018年实现销售收入约44.01亿元,较2017年同期增长约53.8%。在2018年全年业绩发布会上,澳优表示将继续推出战略性配方奶粉,重点发展羊奶粉品类和有机奶粉品类。

## 华仁药业

## 拟引进新战略投资者

北京商报讯(记者 钱瑜 姚倩)5月6日,华仁药业发布公告称,公司日前收到控股股东广东永裕恒丰投资有限公司及永裕恒丰投资管理有限公司(以下简称“控股股东”)的通知,控股股东拟与第三方商谈筹划股权转让事项,引进新的战略投资者。

根据公告,华仁药业目前控股股东为广东永裕恒丰投资有限公司及永裕恒丰投资管理有限公司,实际控制人为周希俭。若股权转让事项最终达成,可能涉及华仁药业控股股东及实际控制人变更等事宜。

公告进一步提到,股权转让事项尚处在筹划过程中,具体实施方案仍在研究和商谈中,最终实施情况存在较大不确定性。此次股权转让事项不会对华仁药业目前的生产经营情况造成影响。

资料显示,华仁药业成立于1998年5月,是一家生产非PVC软袋输液的高新技术企业,现已拥有基础性输液、治疗性输液、营养性输液以及腹膜透析液等品种产品。根据2018年年报,公司实现营业收入13.84亿元,同比增长5.49%;实现净利润3879.48万元,同比增长3.36%。

## 药明康德

## 收购美国临床研究服务公司

北京商报讯(记者 钱瑜 实习记者 黄亚亚)5月6日,药明康德微信公众号显示,公司成功收购美国临床研究服务公司Pharmapace。

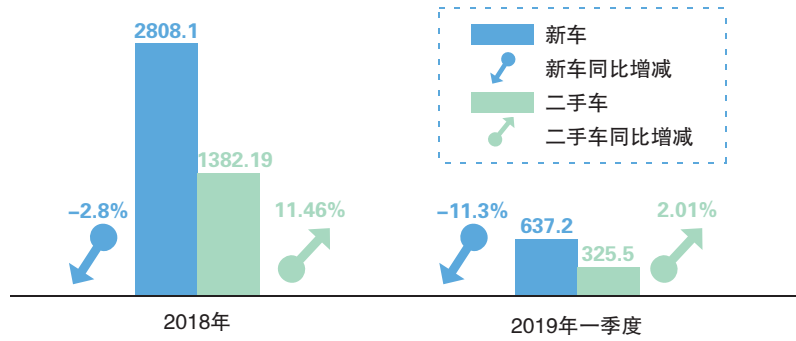
据介绍,Pharmapace成立于2013年,位于美国加州圣地亚哥,为北美、欧洲和亚洲客户提供包括临床和统计筹划、数据管理、生物统计、临床数据整合和医学写作等在内的服务。收购完成后,Pharmapace将成为药明康德旗下临床CRO公司康德弘翼的全资子公司,并将继续专注于拓展其核心的数据统计分析服务能力。

2018年7月10日,国家药品监督管理局发布《接受药品境外临床试验数据的技术指导原则》显示,在境外开展仿制药研发,具备完整可评价的生物等效性数据的,可用于在中国的药品注册申报。随着中国国家药品监督管理局宣布接受海外临床试验数据,将给全球各地的创新者带来很大机遇,而通过康德弘翼的平台,则可以推动并整合区域性及全球性的临床研究进程。

药明康德主要是为全球制药及医疗器械等领域提供从药物发现、开发到市场化的实验室研发和生产服务。具体业务包括小分子药物研发及生产、细胞疗法与基因疗法研发生产、医疗器械测试等。

## 迎利好 二手车出口有望破百万

## 国内新车、二手车销量对比 (单位:万辆)



## 正式启动

5月6日,商务部发布消息称,5月5日上午,商务部、公安部、海关总署共同召开二手车出口专题会议,正式启动二手车出口工作。

据了解,2018年7月起,商务部会同公安部、海关总署赴有关地方调研并多次召开座谈会,听取各方意见,研究推动二手车出口工作;4月29日,三部局联合下发《关于支持在条件成熟地区开展二手车出口业务的通知》(以下简称《通知》),明确二手车出口的有关要求和工作任务。

《通知》要求,开展二手车出口业务的地方要加强组织领导,建立部门协调专项工作机制,结合本地实际细化完善实施方案,严格甄选出口企业,强化监管,优化服务。同时,制定二手车出口检测规范,由第三方检测机构出具检测报告,确保出口产品质量与安全。二手车出口企业要做好海外售后服务保障,树立和维护中国二手车出口海外形象和信誉。

目前,首批开展二手车出口业务的地区为北京、天津、上海、浙江(台州)、山东(济宁)、广东、四川(成都)、陕西(西安)、青岛、厦门等10个省市。

此外,商务部还强调“开展二手车出口是深化‘一带一路’合作、推动外贸高质量发展的重要途径”。因此,“一带一路”沿线国家无疑是我国二手车出口的重要潜在市场。

据统计,全球发展中国家和地区汽车需求巨大,需求额可达千亿美元,对二手车进口市场需求占比为60%-80%。其

中“一带一路”沿线国家和地区占主要部分,加上大部分城市与中国同为左舵车、千人汽车保有量较低、对高性价比二手车需求旺盛。

“启动二手车出口工作无论对国内二手车行业,还是对国内新车市场而言,都是极大利好。”乘用车市场信息联席会秘书长崔东树对北京商报记者表示,目前看来,二手车出口目标市场可能包括东南亚国家在内的“一带一路”沿线国家。

## 促进产业成熟

值得注意的是,二手车出口不仅能为国内汽车销售、物流、仓储、金融等相关产业带来直接经济利益,还有利于国内二手车行业整体逐步成熟。

数据显示,2018年,我国二手车交易量达1382万辆,不到新车销量2808万辆的一半,如果按发达国家二手车交易量是新车销量2倍、二手车出口是交易量10%以上测算,我国二手车出口将突破百万辆。

据中国汽车流通协会统计,2018年,国内二手车交易均价为6.225万元,2019年前两个月,国内二手车交易均价为6.4万元。按照每辆二手车6万元的成交价格计算,如果我国每年出口100万辆二手车,便可以实现超过600亿元的贸易收入。

对于国内企业而言,二手车出口

也是自身业务升级的一次机会。车好多集团联合创始人祝孝平曾表示,就汽车消费服务行业来看,2018年,中国小汽车保有量突破2亿辆,机动车保有量占全球20%,中国已成为名副其实的“汽车保有量大国”。而当前,我国二手车整车出口业务几乎为零;开放二手车出口,不仅能扩大外贸规模,更能进一步盘活国内汽车产业格局,刺激新车消费与二手车流通,进而带动产业的进一步升级。

在汽车行业专家颜景辉看来,我国二手车市场起步比较晚,也不够成熟,市场中一直存在着诸如信息不对称、诚信度低等在的顽症;如果未来二手车出口工作能够铺开,通过海外销售,国内企业的经营模式有望与国际先进的标准接轨,进而改善和提升自身的业务水平,最终能够促进我国二手车行业的发展和成熟。

## 消费者获益

行业不是唯一的获益者。从另一层面来看,二手车出口一旦铺开,国内二手车市场的价格将产生波动,这意味着消费者也会因此受益。

“如果二手车出口规模足够大,便可能会对国内二手车市场整体的价格水平产生影响。”颜景辉表示,未来,如果海内外市场对二手车需求明显增加,但二手车供应量未能同步扩大的

话,国内二手车的价格便可能上升,反之则有可能下降。不过,除供需关系,二手车价格还受车型、市场周期等各种复杂因素的影响。因此,出口究竟会对国内二手车市场的价格水平产生何种明确影响,仍有待观察。

而对于想要出售二手车的车主,业内人士表示,如果海外市场需求增加,国内同期二手车供应量未同步增加的话,那车主在面对二手车商时的议价能力便能够获得提升,前者拥有的二手车也有可能卖出更好的价钱。

此外,二手车出口不仅会对二手车市场本身产生影响,还能推动个人消费者更快购买新车。

目前,消费者要想顺利买卖一辆旧车需要考虑诸多因素。一方面,受部分地区政府限制车辆登记上牌数量、按号牌尾号限行等政策影响,二手车跨区域流通仍存在一些障碍。另一方面,国家汽车环保标准不断提升,2019年起部分地区陆续实施国六排放标准,大量达不到环保标准的旧车也无法再次交易。

“有了出口这条路,更多人能更快将旧车卖出去,也能更早购买新车。”业内人士表示,对于限购城市的消费者而言,在购买新车前一般都需要先出售目前持有的旧车,但由于环保标准的日益严格,不少国五标准以下的二手车在本地市场的成交价普遍偏低,因此不少消费者选择持车观望。如果出口放开,部分消费者可以选择将二手车出售给二手车出口商,而不是继续观望。

颜景辉也强调,在限购城市,特别是一线城市,以旧换新的规模和速度直接制约着新车市场的发展。出口使二手车的销售路径变得更加多元化,由于多了一个渠道,二手车的流转速度可能会加快。因此,在一定程度上,二手车出口对国内的新车市场会有极大拉动作用。

北京商报记者 钱瑜 濮振宇

S 重点关注  
Special focus

## 微信更新背后:短视频社交渐进改革

北京商报讯(记者 魏蔚)5月6日,微信升级,新版微信上线了多个功能,其中最主要的改革,是推出“朋友动态”私密留言功能。支持短视频社交的同时,新版微信正式下线了陌生人社交功能的漂流瓶,一进一退的背后,是微信向短视频社交的渐进渗透。

北京商报记者体验新版微信发现,此次升级有关视频动态的调整最多,包括用户可以在朋友的视频动态中发表私密留言,可以搜索歌曲作为视频动态的背景音乐。

事实上,之前用户也可以在朋友视频动态中留言,不过步骤比较复杂,需要长按视频动态左下方的气泡,而且好友间可见。升级至新版微信,用户点击气泡旁边的输入框,就可以留言,只有对方可见。私密留言的回复提醒仍然显示在朋友圈最上方的“朋友的新动态”中。

视频动态是微信于2018年底上线的短视频功

能,视频动态发布后不会出现在朋友圈。用户只能手动点进个人资料页,才能看到这条视频。在上线之初,微信给视频动态提供的互动功能有限,入口也设置得比较深。此后5个月内,微信为视频动态逐渐叠加功能,并在朋友圈上方开放了视频动态的互动提醒入口。

在此次版本升级中,微信还完善了视频动态的音乐功能,用户可以自主搜索歌曲作为背景音乐。此前微信在视频动态中,主要采用智能匹配。

种种迹象证明,微信对短视频社交的资源倾斜力度越来越大,腾讯在短视频赛道的整体调整也在继续。“五一”期间,腾讯旗下短视频产品yoo视频更名为“火锅视频”,对比前后版本,产品设计变化不大。一个多月前,有关yoo视频调整的消息就不胫而走,当时腾讯方面表示yoo视频调整到腾讯视频团队,属于内部正常组织架构调整。

为了在短视频领域找到合适的切入角度,腾

讯已经先后推出10余款短视频产品。不过,根据QuestMobile《中国移动互联网2019春季大报告》数据,微视和yoo视频仍是腾讯短视频的代表App。2019年3月,腾讯系的微视和yoo视频去重月活跃用户规模为8267万,排在头条系、快手和百度系之后,位列第四。行业前三名短视频产品去重月活跃用户规模分别为5亿、3.6亿、9823万人。

除了向短视频渗透,新版微信还下线了漂流瓶,新增了朋友圈一个月可见功能。在微信新版本中,已找不到漂流瓶入口。事实上,2018年底,腾讯就暂停了微信和QQ漂流瓶功能,但并没有下线,相关入口都还在。此次下线漂流瓶,意味着微信的陌生人社交业务正式成为历史。

就微信改版的初衷等,北京商报记者采访了腾讯团队产品负责人,不过截至发稿,对方仅表示:此次版本升级是针对视频动态功能进行了体验上的优化,并未给出更多回应。

## 推迟一年上市新品 泰国天丝再造新红牛

北京商报讯(记者 李振兴)功能饮料市场又迎来一个重磅消息。5月6日,据知情人透露,延期一年后,泰国天丝医药保健有限公司(以下简称“泰国天丝”)授权生产的红牛安奈吉将于5月上市。红牛安奈吉曾谋求于2018年3月进入市场,但一直延迟至今。由于与华彬集团的官司纠缠,推出新品对于泰国天丝而言,是无奈也是必然,但红牛安奈吉上市后,能否与华彬集团控制的红牛维他命生产的中国红牛抗衡,仍是未知。

据知情人透露,红牛安奈吉确认在5月上市,但具体时间未定。初期应该以广东、广西和湖南市场为主。每罐产品终端售价也对标了红牛的6元/罐的价格。同时,网上曝光的一张照片显示,■兴集团中山工厂红牛安奈吉饮料项目已经开始生产红牛安奈吉饮料。

其实,早在2018年,红牛安奈吉就已经完成招商,由于泰国天丝为红牛品牌的拥有者,品牌效应明显,很多经销商趋之若鹜,并上交了货款。

就此次红牛安奈吉的上市情况,北京商报记者联系泰国天丝在中国的公关公司,但截至发稿,对方未对相关问题进行回复。对红牛安奈吉上市,华彬集团方面公关负责人表示暂不回应。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,红牛安奈吉上市是泰国天丝的无奈之举。5-10月是中国饮料市场的旺季,如果新品不能在5月上市,就意味着错过整个旺季。并且红牛安奈吉再不上市,泰国天丝来自经销商方面的

压力也很大。

其实,早在2018年3月就传出红牛安奈吉上市的消息,但上市时间不断推迟,从2018年3月一直推迟到4月、7月、9月,直到传出销售团队解散的消息,红牛安奈吉的推出可谓是举步维艰。

对于泰国天丝不断延迟推出红牛安奈吉,在业内人士看来,主要是由于泰国天丝与华彬集团就中国红牛品牌的诉讼仍未结束的迹象。如果泰国天丝仍不推出新品,中国数百亿元的功能饮料市场恐留给其机会。

事实上,从去年开始,泰国天丝便开始招募红牛安奈吉经销商。知情人透露,目前经销商的规模可能超过200家,部分经销商已经打款,推迟一年

上市,将导致这些经销商资金被套;如果不能上市,经销商的损失会很大。”

虽然红牛安奈吉上市势在必行,但华彬集团控制的红牛维他命生产的中国红牛仍牢牢占据主要市场,2018年的销售额超过200亿元。而以目前的产能计算,预计红牛安奈吉年产值约为60亿元。

战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊认为,从体量和消费者认知看,红牛安奈吉短时间内难以和中国红牛抗衡。

不过,朱丹蓬表示,泰国天丝的目的或许不在于红牛安奈吉能卖多少,而是先找到一个类似的产品把渠道建起来,毕竟目前红牛渠道都掌握在华彬集团手中。