

与东风分手 雷诺在华弃“油”转“电”

七年之痒

东风集团公告显示,鉴于国内汽车市场下滑及东风雷诺经营状况,股东双方拟对东风雷诺进行重组。经本公司和雷诺双方友好协商,签署不具有约束力的备忘录,达成初步意向,雷诺拟将其持有的东风雷诺50%股权转让给本公司,东风雷诺停止雷诺品牌相关业务活动。

雷诺中国相关负责人向北京商报记者表示,虽然将转让东风雷诺股份,但雷诺集团不会退出中国市场,只是将在华发展重心转向轻型商用车和电动汽车领域。

东风雷诺成立至今已有七年。2013年11月,东风与雷诺联合重组三江雷诺,东风雷诺项目正式通过发改委审批;12月,东风与雷诺正式签订东风雷诺汽车有限公司合资经营合同,双方持股比例为50:50。

2017年,东风雷诺销量为7.21万辆,增幅高达140%。然而,随着近两年法系车整体表现不佳,东风雷诺销量开始持续下滑。2018年,东风雷诺提出全年9万辆的销量目标,但最终销量仅为5.01万辆,同比下滑30.6%。

2019年3月,为提振销量表现,东风雷诺引入曾任一汽-大众奥迪“一把手”的葛树文担任公司总裁;4月,雷诺集团又正式将中国区独立,以体现对中国市场的重视。但2019年东风雷诺销量仍仅为1.86万辆,同比下滑63.1%。

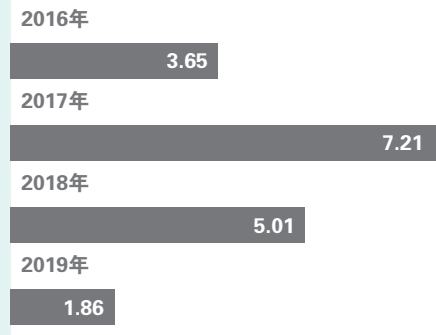
对于股东双方而言,东风雷诺如今已成为业绩拖累。财报显示,2019年东风集团销量与营收均出现下降,下降的原因正是受东风雷诺及神龙汽车销量大幅下滑拖累。数据显示,2019年东风雷诺的税前利润为负值。

除发展状况不佳,汽车行业分析师贾新光还认为,此次东风雷诺重组与股东方雷诺的战略调整也有关系。东风雷诺是戈恩掌舵下的雷诺-日产-三菱联盟中国战略的一部分,但是一直没有做好。戈恩被罢免后,雷诺-日产-三菱联盟内部发生变化,雷诺已经无力

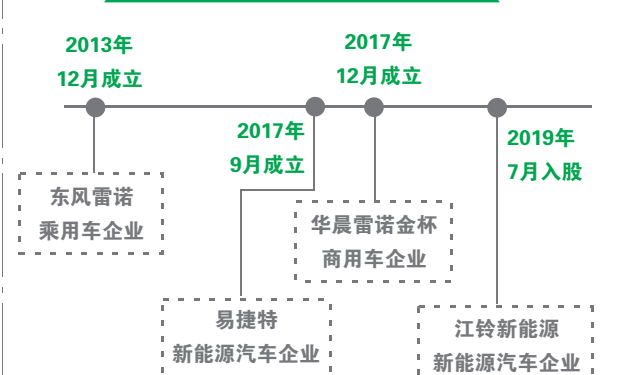
东风与雷诺存续近七年的联姻即将终结。4月14日,东风集团发布公告称,雷诺拟将其持有的东风雷诺50%股权转让给本公司。对于雷诺而言,在华放弃燃油乘用车销量持续低迷的东风雷诺,专注轻型商用车和电动汽车,未尝不是明智之举。但新市场逐渐“红海化”,雷诺能否在新领域站稳脚跟,仍充满未知。

东风雷诺销量变化

(单位:万辆)



雷诺在华合资公司情况



主导联盟。东风雷诺早就陷入困境,目前雷诺撤出不过是补办手续。”他说。

值得注意的是,重组东风雷诺并不意味着雷诺与东风的合作关系彻底结束。雷诺集团在声明中表示,雷诺集团和东风集团将继续与日产汽车在新一代发动机方面进行合作,合作内容包括向东风接手后的东风雷诺提供零部件,向东风汽车有限公司提供柴油机许可,雷诺集团和东风集团还将在智能网联汽车领域开展创新合作。

亟待善后

针对雷诺退出后东风雷诺的处置问题,东风集团在公告中称,集团计划对东风雷诺进行转型升级。根据总体战略布局,接手东风雷诺后,东风集团对其进行重组和转型升级的方向是智能制造。

事实上,东风雷诺重组不只牵涉作为股东方的东风和雷诺,还关乎全国范围内众多经销商权益。数据显示,东风雷诺旗下现有科雷嘉、科雷傲、科雷缤等4款在售车型,以及200多家经销商。

北京市内一家东风雷诺4S店的销售人员向北京商报记者表示,已经听说东风雷诺重组的消息,但厂家方面还未正式下发通知。目前,店内雷诺品牌各款车型仍在正常销售,价格已经位于今年以来的低点。以科雷嘉为例,年初该车型优惠2万元,近期优惠已进一步上调至2.5万元。

东风雷诺的经销商将何去何从?有消息称,在东风雷诺与雷诺品牌车辆终止经销协议的背景下,根据市场化的选择原则,现有部分东风雷诺经销商可以进入东风集团的销售网络体系内。

雷诺中国相关负责人则表示,目前东风雷诺有一部分经销商同时跟东风雷诺和雷诺两方面均签有协议,这些经销商既是东风雷诺的经销商,也是雷诺的经销商。雷诺将通过雷诺经销商,同时利用联盟的协同机制,在中国继续为30万雷诺车主提供客户服务。

事实上,除东风雷诺,雷诺在华还有其他整车业务。2017年9月,雷诺-日产联盟携手东风集团成立新能源汽车合资企业易捷特。当年12月,雷诺与华晨金杯在沈阳建立华晨雷诺金杯。2019年7月,雷诺又宣布通过增资

10亿元,成为江铃新能源的股东,并拥有该公司50%股权。

未来,上述部分东风雷诺经销商是否会改卖易捷特或江铃新能源生产的电动汽车?雷诺中国相关负责人表示,下一步雷诺会发布新的声明,声明中会进一步披露这方面的计划,但现阶段并没有太多信息可供披露。

断臂转型

在披露东风雷诺重组事宜的同时,雷诺集团还发布在华全新战略,该战略基于两大支柱业务——电动汽车和轻型商用车。其中,轻型商用车业务将通过华晨雷诺金杯开展,电动车业务将通过易捷特和江铃新能源开展。

汽车行业分析师张翔认为,雷诺此时在华放弃燃油乘用车,不失为明智之举。随着国家环保法规日益严格,研发生产燃油乘用车需要投入更多资金,而雷诺乘用车在国内销量很低,已经难以分摊开发费用。与此相对,国家现在延续了新能源汽车购置补贴和免征车辆购置税政策,新能源汽车还有很长

的政策缓冲期。”他说。

尽管在华布局较晚,但雷诺在新能源领域并非没有技术积累。2019年,雷诺电动车全球销量为6.24万辆,同比增长23.5%,其中全新ZOE销量达4.7万辆。截至目前,雷诺在全球累计销售电动车近27万辆。

根据计划,雷诺集团将与日产和东风继续在易捷特新能源汽车有限公司这一合资项目中的合作,将Renault City K-ZE(雷诺e-诺)打造成一款全球化车型。K-ZE欧洲版将基于“Dacia Spring”概念打造,2021年在欧洲上市。与此同时,江铃新能源将引进雷诺的质量管理体系和技术,在2022年之前推出4款核心车型,覆盖中国电动车细分市场主要车型的45%。

不仅是电动车,轻型商用车也是雷诺今后在华的发展重点。声明显示,引入雷诺先进技术和管理经验后,华晨雷诺金杯计划实现金杯车型的现代化升级改造,扩大公司产品线,在2023年之前推出5款核心竞争车型,这些车型还将出口海外市场。

在轻型商用车以及电动轻型商用车领域,雷诺品牌一直颇受欢迎。2019年,雷诺轻型商用车全球销量同比增长0.7%,其中热门车型Kangoo Z.E.销量为1.03万辆,同比增长19.2%。

不过,华晨雷诺金杯的轻型商用车并不会直接使用雷诺的品牌标识。雷诺的目标是复兴金杯品牌,金杯品牌本身具备较好的品牌基础和品牌资产,在中国拥有150万底盘用户,雷诺要做的是从管理、技术等各个方面提供支持,包括动用雷诺-日产-三菱联盟的相关资源。”雷诺中国相关负责人称。

“随着国内电商、快递行业的发展,轻型商用车拥有很大的市场需求,加码这一领域,是一个不错的选择。”张翔表示,总体而言,雷诺在商用车领域拥有一定的技术积累,实力较强。如果能把这些技术带到国内进行合资生产,也算是能发挥雷诺最大的一处优势。

北京商报记者 刘洋 濮振宇

国家电网新建7.8万充电桩刺激新能源车消费

继补贴政策延期后,新能源车红利继续向产业链深处延伸。4月14日,国家电网公司宣布启动新一轮充电桩建设,计划投资27亿元,新增充电桩7.8万个。在给市场释放新一年投资信号的同时,也使充电桩概念股发力走高。

投资27亿元

4月14日召开的“2020年全面建设新能源汽车充电设施项目集中联动开工视频会议”透露,国网计划投资27亿元,新增充电桩7.8万个。据国网公司介绍,项目分布在北京、青海等24个省(市),其中居住区充电桩5.3万个、公共充电桩1.8万个。

而此次启动建设的新能源汽车充电设施项目,投资规模3.6亿元,在北京、天津等18个省(市)集中联动建设126个项目。其中,国网北京电力将开展新型基础设施1632个充电桩建设工程。

截至2019年末,全国充电基础设施累计数量为121.9万个,全国新能源汽车保有量达381万辆。车桩比约为3:1,距离国家规划的“车桩比1:1”的要求有很大差距,解决车桩比失衡问题变得更加重要。

国网相关负责人在接受北京商报记者采访时表示:今年计划建设7.8万个充电桩,目前只是开工了一批项目,把今年整体的工作量也说一下,介绍一下投资情况,增加社会各界对产业发展的信心。”他表示:国网只是充电桩建设主体之一,我们现在的定位是整体能够补齐社会的弱项和短板,有针对性地开展一些建设,服务行业的发展”。

能源行业电动汽车充电设施标准化技术委员会秘书长刘永东在接受北京商报记者采访时指出,现在电动汽车使用过程中有两大主要问题,一个是很多车主抱怨汽车的续航里程提高,产生充电焦虑。第二就是充电体验不好,充电时间长。充电设施作为电动汽车发展的基础支撑,显得尤为重要。国网发布新基建

充电设施投资规模建设的做法也是发出强信号,央企率先增加投资建设充电设施,为电动汽车的发展助一臂之力。

从跑马圈地到车联网

按照国家发改委等部门印发的《电动汽车充电基础设施发展指南(2015-2020)》,2020年我国将建成集中充换电站1.2万座,分散充电桩480万个,满足全国500万辆电动汽车充电需求。

国网今年计划投资27亿元,刘永东指出,“比去年的投资翻了一番,这是响应国家‘新基建’号召,拉动内需增加投资的一个体现”。

作为科技基础工程,充电桩建设不仅是为新能源车提供补充能源,同时也是车联网信息流的重要接口。早在2015年,国网就组建了国网电动汽车公司,加快智慧车联网平台发展,累计接入充电桩45.7万个,覆盖全国85%以上公共充电桩。

“‘新基建’和以往所说的充电桩建设不太一样,现在充电设施的建设体现出了更多新的特点。”刘永东表示,其新特点主要表现在充电设施的规划布局更加合理。此前行业里跑马圈地现象比较多,因此也出现了一些利用率不高的“僵尸桩”。现在充电设施可以服务于不同的车型,而且技术不断探索发展,大功率充电、有序充电与电网的互动等新技术也在逐渐落地。

近日,国家发展改革委产业发展司副司长蔡荣华表示,将继续加大充电基础设施建设力度,结合老旧小区改造引导相关方开展充电基础设施建设运营;在高速公路、城市和乡村加快形成适度超前、快充为主、慢充为辅的公共充电网络,鼓励开展换电模式运用示

范;此外,加强新型充电技术研发。

带动全产业链

对于开启新能源汽车充电桩建设项目,国网方面表示,目前已开工的项目对刺激新能源汽车消费、带动产业链发展具有推动作用。开工项目计划建设充电桩2000余个,总设计充电容量109MW,能够为约1.2万辆商用、乘用车电动汽车提供充电服务,将直接带动汽车购置消费30亿元,刺激电源类产品、零配件生产制造、车后服务等上下游产业需求。

此外,根据测算,国网在全年布局的充电桩项目将带动新能源汽车消费超过200亿元。

“汽车产业链比较长,电动汽车是建设汽车强国的必由之路,又与能源转型结合起来,是国家大的发展方向。但从去年开始电动汽车市场方面受到一定挑战,滑坡也非常厉害。在疫情期间要拉动内需;‘新基建’的发展、充电设施建设就成为重要的方面。”刘永东说。

4月14日,国网充电桩建设消息发布不到2个小时,充电桩概念股便盘中走高,国电南自、云内动力涨停,国轩高科、雪莱特、南洋股份等涨幅超6%,奥特迅、长高集团、平高电气等涨幅超5%。

华泰证券分析认为,2019年国网招标数量处于低点,在“新基建”和补贴带动下,预计2020年国网充电桩招标量有望快速提升,招标拐点将至。从充电桩制造端出发,深挖国网充电桩招标机会,大功率直流充电桩或直接受益于国网招标提升。建设量大了,布局也更合理。总的投资规模增加,包含充电设备、配套电网等基础设施的建设,必然带来建桩的招标量增加,相关企业也会从中受益。”刘永东说。

对此,国网上述负责人对北京商报记者表示:国家支持电动汽车发展,我们也积极推动。招投标是根据工程的进展不断定期推出的,目前无法给出明确回答”。

北京商报记者 陶凤 吕银玲 濮振宇

莲花清瘟获批用于新冠治疗 以岭药业一季度净利增五成

北京商报讯(记者 姚倩)4月14日,以岭药业发布公告称,公司旗下莲花清瘟胶囊(颗粒)新增新型冠状病毒肺炎轻型、普通型的适应症,可用于轻型、普通型引起的发热、咳嗽、乏力。疫情期间,莲花清瘟胶囊(颗粒)先后多次被列为新型冠状病毒肺炎诊疗方案的推荐用药。受益莲花清瘟产品销量的提升,以岭药业2020年一季度净利润同比增长超过五成。

根据公告内容,以岭药业和公司全资子公司北京以岭药业有限公司(以下简称“北京以岭”)日前收到国家药品监督管理局下发的莲花清瘟胶囊和莲花清瘟颗粒的关于新增适应症申请的《药品补充申请批件》。这意味着莲花清瘟胶囊(颗粒)成为全国首个获批治疗新型冠状病毒肺炎的药物。

公告内容显示,莲花清瘟胶囊处方药在原批准内容上;“功能主治”项增加“在新型冠状病毒性肺炎的常规治疗中,可用于轻型、普通型引起的发热、咳嗽、乏力”的内容;“用法用量”项除原批准内容外,增加“新型冠状病毒肺炎轻型、普通型疗程7-10天”。同样,莲花清瘟颗粒的“功能主治”和“用法用量”两项在原批准内容上增加上述同等内容。

受此消息影响,4月14日午后开盘,以岭药业直线拉升涨幅逾7%,此后持续攀升,截至13时05分触及涨停,报价31.32元创历史新高,总市值377亿元。

针对公司药品新增适应症以及产品销售等情况,以岭药业相关负责人向北京商报记者表示,以公告内容为准。

莲花清瘟产品为以岭药业的主导产品、国家基本药物目录和国家医保目录(甲类)品种,主要用于感冒、流感相关疾病的治疗。而疫情发生以来,莲花清瘟胶囊(颗粒)先后被列为新型冠状病毒肺炎

肺炎诊疗方案的推荐用药。

以岭药业相关负责人表示,在疫情防控中,莲花清瘟在包括火神山、雷神山及方舱医院等在内的医疗机构广泛应用,累计7000余万人使用。莲花清瘟先后列入中国卫健委《新型冠状病毒肺炎诊疗方案》(试行第四/五/六版/七版)及湖北、北京、上海等20个省卫健委、中医药管理局新冠肺炎诊疗方案推荐用药。

莲花清瘟产品为以岭药业独家品种。北京商报记者在国家药监局网站搜索“莲花清瘟”发现,目前仅有以岭药业一家企业获批。作为独家品种,莲花清瘟产品在疫情期间为以岭药业贡献了一定的收益。以岭药业发布的2020年一季度业绩预告显示,受益莲花清瘟产品营收同比大幅增长,公司预计实现净利4.33亿-4.61亿元,比上年同期增长50%-60%。

目前,以岭药业的主要营收来源分为心脑血管类、抗感冒类、食品饮料类以及其他类四大板块。其中,以莲花清瘟胶囊(颗粒)为主的抗感冒类产品2018年实现营收12.05亿元,同比增长84.98%。抗感冒类产品也是以岭药业毛利率第二大的板块,2018年,该板块毛利率达68.25%,仅次于心脑血管类产品的69.29%。

中康资讯数据显示,在2018年中国城市公立、县级公立市场中成药呼吸系统疾病用药销售收入中,莲花清瘟颗粒和莲花清瘟胶囊分别排名第5名和第12名,市场份额分别为1.82%、0.95%。

近年来,以岭药业加速莲花清瘟胶囊等品种海外市场的开拓。资料显示,2015年12月,莲花清瘟胶囊获准进入美国FDA二期临床研究,成为全球第一个进入美国FDA临床研究的治感冒抗流感复方中药。