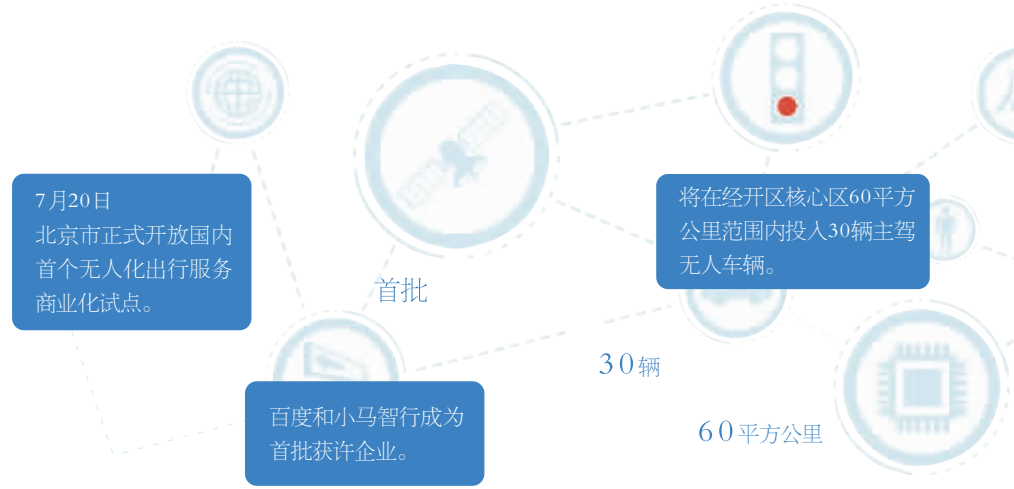


北京尝鲜国内首个无人驾驶商业试点

你下单的“网约车”，主驾驶位可能空无一人了。7月20日，北京市正式开放国内首个无人化出行服务商业化试点，百度和小马智行成为首批获许企业，将在经开区核心区60平方公里范围内投入30辆主驾无人车辆，开展常态化收费服务。北京商报记者了解到，此次投入商业化运营的车辆安全员被设置在副驾驶，北京市迎来“主驾无人”的商业化试点新阶段。业内人士表示，目前自动驾驶技术在无人化、商业化两大维度快速推进，自动驾驶的商业模式正得到进一步验证。



“上线”30辆

7月20日，北京市高级别自动驾驶示范区工作办公室（以下简称“北京自动驾驶办”）宣布正式开放国内首个无人化出行服务商业化试点，百度和小马智行成为首批获许企业，将在经开区核心区60平方公里范围内投入30辆主驾无人车辆，开展常态化收费服务。这标志着国内无人化出行服务从示范运营迈入商业化试点新阶段。

北京市智能网联汽车政策先行区自成立后，通过系列创新政策先行先试，为此次无人化商业化试点储备了成熟充分的落地条件。

先行区设立以来，一步一个脚印，创下多个“全国第一”。

政策先行区于2021年4月设立，是全国首个以管理政策创新为核心的先行区。实施范围包括亦庄新城225平方公里规划范围，北京自动驾驶颁发首批乘用车道路测试牌照，在政策先行区开放自动驾驶乘用车场景测试。同年11月，先行区开放全国首个自动驾驶出行服务商业化试点。

今年4月，先行区在国内首次开放主驾无安全员示范运营试点。截至目前，无人化道路测试里程超30万公里，自动驾驶出行服务商业化试点累计订单量超43万人次，测试运营状况良好，持续获用户好评。

政策接力

中信证券分析指出，自动驾驶是万亿级的潜在广阔市场，预计其中城市开放场景的市场空间最大。中国市场应用场景丰富，地方政府积极性较高，车企、创业公司、科技公司等各路玩家纷纷布局。

地方政府的积极性体现在政策的支持下。据北京自动驾驶办相关负责人介绍，此前发布的《北京市智能网联汽车政策先行区自动驾驶出行服务商业化试点管理实施细则（试行）》（以下简称《细则》）目前也进行了修订和完善。

据悉，修订版《细则》新增了无人化出

行服务商业化试点相关条款，量化了申请的核心指标，并综合考量无人化各阶段的交叉性与连续性，为企业申请开展商业化试点指明方向，进一步提升管理机制的规范性。

北京自动驾驶办相关负责人表示，在准入机制方面，《细则》对申请主体里程、接单次数、车辆、接管数量、新增车辆测试里程等做出明确数量要求。在阶段性考量方面，《细则》遵循无人化有序发展需求，科学制定相关规范。例如针对申请主体接单量，在实施范围内要求主驾有人而方向盘后无人的示范应用阶段接单量不少于1000次。

服务变革

小马智行是本试点中首批获许企业之一。据了解，2021年11月获准在北京开启商业化收费服务以来，小马智行Robotaxi车队在京为超过8万人次提供了商业化出行服务。

北京商报记者在使用小马智行App时发现，该应用与普通的打车App有相似之处，都需要选取上车点和下车点，区别在于小马智行只能选取固定的上下车点，不能随意指定。对此，小马智行相关工作人员介绍，目前该应用仅支持在相应的Robotaxi（自动驾驶出租车）上下车点进行体验，下车时需要等车辆停稳后再开门下车。

对于消费者关心的价格问题，小马智行相关工作人员介绍，本次“主驾无安全员、副驾有安全员”的Robotaxi服务收费标准为高峰时段为3元/公里、平常时段为2.6元/公里。

小马智行联合创始人兼CEO彭军表示，北京在短时间之内再迎重要政策突破，说明自动驾驶技术已经来到大规模商业化应用的前夕。北京密集的政策突破对整个行业来讲都是莫大的鼓舞，也为其他城市起到了示范作用。目前自动驾驶技术在无人化、商业化两大维度都在快速推进，自动驾驶的商业模式正在得到进一步验证。

按照计划，下一步，北京市高级别自动驾驶示范区将持续深化无人化技术验证迭代，以政策创新赋能商业化探索需求。在保障安全的前提下，有序推进产业步入整车无人化阶段，最终实现出行服务体验的变革。

北京商报记者 陶凤 实习记者 袁泽睿

菲仕兰探路本土化品牌受挫

留下了美素佳儿的菲仕兰转身就要卖了子母品牌工厂。7月20日，北京商报记者从菲仕兰相关负责人处了解到，菲仕兰将向伊利出售生产子母品牌婴幼儿配方奶粉的沈阳秀水工厂。事实上，关于菲仕兰“卖身”的消息一直是业界关注的重点，此前关于菲仕兰曾在去年12月宣布对美素佳儿进行战略复核的过程中也不断传出竞购的消息。但经过评估，该公司仍决定保留美素佳儿。

在业内人士看来，“一留一卖”之间，除了菲仕兰对未来战略布局的进一步聚焦，也反映了其在运营本土化品牌方面的失利。菲仕兰旗下的子母品牌主打低端奶粉市场，产品动销不佳，美素佳儿尚有成长空间，对菲仕兰而言，出售低端奶粉工厂将能更好地聚焦美素佳儿品牌发展。

出售在华奶粉工厂

菲仕兰在华的唯一一家婴幼儿奶粉工厂即将转手他人。

7月20日，北京商报记者从菲仕兰相关负责人处获悉：伊利与荷兰皇家菲仕兰已就收购后者位于沈阳秀水的婴幼儿营养品生产基地达成协议，交易预计于2022年底完成”。据了解，该基地为菲仕兰在中国的唯一一家婴幼儿奶粉工厂，负责生产子母系列产品。

据前程无忧招聘网站信息，坐落于秀水的菲仕兰乳业有限公司厂区面积56万平方米，总建筑面积122925平方米。设计日产量可达80吨，年生产高端婴幼儿配方粉可达2.6万吨。该工厂主要以干湿复合工艺生产婴幼儿配方乳粉，主要产品涵盖婴幼儿配方粉的3个阶段、5大品相、4种包装规格，共计34个产品。

“近期，菲仕兰复核了产品组合和未来投资计划。在中国婴幼儿营养品市场，菲仕兰决定全力聚焦美素佳儿品牌，通过产品创新和深度渗透，为品牌的持续发展注入动力。菲仕兰将向伊利出售生产子母品牌婴幼儿配方奶粉的沈阳秀水工厂。借此项战略决策，菲仕兰将打造更敏捷的组织，整合资源、加大投资，为中国客户和消费者提供更多品类的更好营养。”菲仕兰相关负责人在接受北京商报记者采访时表示。

而对于出售子母品牌奶粉工厂后，对该品牌有哪些战略规划以及未来将如何运营相关产品，菲仕兰方面未作出具体回应，仅表示，“有进一步计划时，会适时披露”。

资料显示，荷兰皇家菲仕兰拥有150年历史，是世界最大的奶制品公司之一。菲仕兰旗下除婴幼儿奶粉外，还有牛奶、炼奶、酸奶、乳饮料、奶酪、黄油及奶油等乳脂制品。美素佳儿被菲仕兰定位为全球性品牌，子母奶粉主要在亚洲地区销售。

品牌本土化遇挫

作为菲仕兰本土化运营品牌，子母品牌工厂的出售也在一定程度宣告其在运营本土化品牌方面的失利。

资料显示，子母奶粉是荷兰皇家菲仕兰公司旗下的一款婴幼儿配方奶粉。2014年10月，菲仕兰曾斥资7亿元与辉山乳业成立合资公司，根据双方达成的协议，菲仕兰和辉山乳业将在中国生产、推广和销售婴幼儿配方奶粉，合资公司由菲仕兰方面负责生产、管理、销售，辉山乳业负责提供原料；2016年，菲仕兰旗下奶粉品牌子母正式在合资公司投产并上市。

然而，好景不长，辉山乳业不久后爆发财务危机，2018年2月，荷兰皇家菲仕兰公司完成对辉山乳业合资公司的全资收购，子母奶粉成为菲仕兰公司全资品牌产品。全资后目前的菲仕兰辉山乳业会继续负责子母品牌在中国的生产和销售，彼时，菲仕兰方面在接受媒体采访时表示。

据2018年媒体披露的相关数据，自2016年下半年上市以来，子母品牌迅速下沉到县级一级市场，已覆盖华东、华南、华西9个省市的103个地级城市、300多个县级城市、1500多个乡镇、4100多家门店。

虽然菲仕兰子母品牌大范围铺货下沉市场，但业绩销售却未必理想。在独立乳业分析师宋亮看来，子母奶粉品牌主要目标群体为三四线城市消费者，而下沉市场伊利、君乐宝、飞鹤等品牌早有布局，渠道和品牌影响力都已经较为成熟，子母品牌受制于品牌力以及市场竞争压力，产品动销并不理想，这或是菲仕兰出售子母奶粉工厂的原因之一。同时，

对于菲仕兰来说，卖掉子母奶粉工厂，更有利于其打造以美素佳儿为核心的全营养品牌。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬也表示：“菲仕兰旗下的子母品牌产品老化且对集团的业绩贡献率较低，同时其主打的低端奶粉市场也未打开局面，并且日渐萎缩。对于菲仕兰来说，出售子母品牌奶粉工厂将能更好地释放其中国业务资源的效用”。

押注美素佳儿

“在婴配奶粉这块业务，我们将聚焦美素佳儿品牌。”菲仕兰相关负责人表示。

事实上，此前菲仕兰欲“剥离”美素佳儿的消息一直是业界关注的重点。从2021年初开始，彭博社至少两次报道菲仕兰有意出售美素佳儿业务，并在买家名单中列出了贝恩资本、凯雷集团、霸菱亚洲以及中国的伊利、蒙牛和君乐宝等投资机构及奶粉企业。2021年12月，菲仕兰首次证实公司开始对美素佳儿业务进行战略复核，其目的是确保该业务能最好地把握住未来的增长。

不过，今年6月菲仕兰决定“保留”美素佳儿。菲仕兰在官网发布的最新一则新闻中显示，该公司CEO马翰宣布了对美素佳儿婴幼儿营养品的战略评估结果，表示公司认为其“依旧是菲仕兰业务组合的重要部分”。

与此同时，菲仕兰还推出“非常购”App，发掘美素佳儿下沉渠道。据了解，非常购是菲仕兰自行开发的一个App，去链接线下市场的母婴店、本土服务商和美素佳儿品牌。其核心是做整个渠道的整合，整合各方专业力量，为客户和消费者提供更好的服务，从而使得整个下沉市场在目前的基础上，更加有序、有组织、高效、覆盖更有质量。项目渠道的布局包括线上和线下，同时进行多平台的梳理和共建。

在朱丹蓬看来，像美素佳儿这类外资奶粉品牌都面临一个困境，即一二线城市市场渗透率下降，而三四五线城市市场难以打开，处于不上不下、青黄不接的尴尬局面。不过，未来随着菲仕兰进一步聚焦美素佳儿，发力下沉渠道，将会对菲仕兰整体发展有所助益。

北京商报记者 王晓

九安医疗业绩增股价跌

北京商报讯（记者 姚倩）7月20日，九安医疗报收55.99元/股，较前一天收盘价有所回升。不过，自公司披露2022年上半年业绩大增预告后，公司股价7月15日-19日连续3个交易日下跌，3日市值缩水32亿元。盈利暴涨但股价却下跌，九安医疗走下神坛了？

根据九安医疗半年报数据，受美国对新冠抗原检测试剂盒产品需求大幅增长，公司预计2022年上半年实现净利润151亿-155亿元，同比增长27466.36%-28196.6%。也就是说，九安医疗上半年日赚超8000万元。

这一净利率数字远超九安医疗成立以来的净利总和。作为一家专注于健康类电子产品和智能硬件研发生产的上市企业，九安医疗成立于1995年，2010年登陆深交所后，九安医疗成为国内血压计行业第一家上市企业，产品覆盖血压、血糖、血氧等领域。

在血压计、血糖仪等传统硬件业务基础上，九安医疗推进糖尿病诊疗照护“O+O”（Offline+Online，即线下+线上）模式。不过，由于在互联网医疗上投入过大，九安医疗2013-2019年的扣非净利润一直为负值，业绩长期承压。

九安医疗的业绩在2020年迎来转机。新冠疫情暴发，九安医疗的大量产品都派上用场。在接到来自意大利、法国、美国、德国等的需求订单后，九安医疗于2020年3月便开始向海外提供额温计、血氧仪等医用产品出口。2020年7月8日，额温枪产品在亚马逊平台单日销量突破20502台。2020年，九安医疗实现营收20.08亿元，同比增长184.36%；实现净利润2.42亿元，同比增长264.68%。

随后，九安医疗开发了新冠抗原检测试剂产品并接连拿下海外订单。2021年11月，九安医疗宣布，经FDA授权，公司美国子公司iHealth Labs Inc. 的新型冠状病毒SARS-CoV-2抗原家用自测OTC试剂盒（胶体金免疫层析法）获得应急使用授权（EUA），可在美国公共卫生健康应急期间，在美国和认可美国EUA

的国家/地区销售。

2022年1月中旬，九安医疗接连发布两份公告。其中一份公告显示，九安医疗已获得美国纽约州卫生部和纽约州非营利组织订单，金额为6531万美元（约合4.16亿元人民币）；另一份公告中则显示，九安医疗获得了美国ACQ（美国陆军合约管理指挥部）订单，金额为12.75亿美元（约合81.02亿元人民币）。

海外大单为九安医疗带来业绩贡献的同时，公司股价也一路水涨船高。自2021年11月以来，九安医疗的股价从最低5.8元一度达到99.12元的高点。2022年4月12日，九安医疗披露一季度业绩预告称，公司实现营收217.37亿元，同比增长6646.79%；实现净利润143.12亿元，同比增长37527.35%。4月15日，九安医疗股价盘中一度达到99.12元，为2010年上市以来最高价。

然而，此次半年报的亮眼业绩却没有换来股价的继续上涨。业绩预告发布的次日，九安医疗7月15日早盘大跌8.33%，当日跌幅6.45%，报收58.48元/股。7月15日-19日，公司股价连续3个交易日下跌。

有分析认为，股价多次上涨后，九安医疗的利好兑现。因疫情发展的不可预见性、市场需求变化、市场竞争环境变化，未来业绩是否能够继续保持高速增长，市场存疑。数据显示，截至3月22日，美国FDA已批准了45个新冠抗原检测EUA（紧急使用授权）文号，其中有14个家用自测产品，涉及13家企业。

一位投资人士告诉北京商报记者，影响二级市场的因素很多，每一个散户有自己的估值模型，股价的上涨下跌一定程度上反映了意见的分歧。有的人觉得不确定性强，便提前锁定价值，将九安医疗的股票售出；有的看好九安医疗的长期价值，认为公司储备大量现金后，有利于开展后续业务，便会长期持有，这都是影响其股价波动的因素。

针对业绩增长但股价下跌的原因等问题，北京商报记者联系了九安医疗方面，但截至发稿未收到更多回复。