

保时捷计划“单飞”：确定独立上市 电动转型提速

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

盛传已久的保时捷上市传闻，终于迎来实质性的进展。日前，大众汽车集团发布声明称，正在与保时捷汽车控股公司董事会就保时捷潜在的IPO进行讨论，且双方已经达成了一项框架协议，协议中明确保时捷将会独立上市。

对于保时捷上市的相关事宜，在2022年保时捷中国媒体沟通会上，保时捷中国总裁及首席执行官严博禹在接受《中国经营报》等媒体采访时说道：“保时捷中国是保时捷集团的一部分，谈到是否上市，保时捷

谋求上市

保时捷最早将在2022年第四季度首次公开募股(IPO)。

实际上，有关保时捷IPO的传闻，此前曾多次传出。公开报道显示，早在2018年，保时捷全球执行董事会副主席兼成员、负责财务与信息技术的麦思格便提出独立上市的想法，称此举可以释放价值，并成功复制几年前法拉利出售股份的做法。但在当时，有关保时捷上市的审议，并没有得到大众集团的支持。

而后在2021年，保时捷上市的传闻再度传出。大众汽车首席执行官赫伯特·迪斯否认了上述传闻。不过，保时捷发言人公开了品牌内部对IPO的态度，称IPO将让保时捷品牌更加独立，利大于弊。

直到此番大众汽车集团发布声明，保时捷独立上市的传闻可谓是靴子落地。按照目前大众汽车集团披露的初步计划，保时捷公司的股本将分为50%的优先股和50%的普通股，在首次公开募股时最多将25%优先股投放市场。与此同时，大众方面也强调，仍需公司管理层和监事会签署该框架协议，离最终决定还有一段距离。

不过，大众汽车财务官Arno Antlitz表示，保时捷最早将在2022年第四季度首次公开募股(IPO)，大众

捷中国无法对此做出任何决策。因为上市与否，要由大众汽车集团和保时捷董事会来共同决定，并不是由保时捷自己来决定，要看大众汽车集团的规划。”

在工信部信息通信经济专家委员会委员、中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林看来，当前汽车行业的潮流风向在改变，很多汽车品牌需要重新开始研发征途，比如开发新能源汽车，所以此时对于这些传统车企来说，他们需要融资，来转变经营方式。“当然，保时捷汽车上市也有其他利益诉求，比如扩大影响力，比如通过资本市场来放大资产价值。”

汽车将在夏季内向市场提供有关上市的最新进展和时间表。

对于此番保时捷脱离母公司大众汽车集团独立上市，盘和林认为，保时捷自身品牌的剥离，是为了能够有更好的发展，比如向大众车系延伸，摆脱目标市场的制约。此外，保时捷也是为了更好地适应新能源、智能化汽车时代。

众所周知，保时捷作为全球知名的豪华品牌，也是大众汽车集团的“利润奶牛”。有机构预计，如若保时捷最终得以独立上市，估值约为600亿~850亿欧元，这或将成为德国乃至欧洲史上最大的IPO。值得一提的是，大众汽车集团目前的市值约在1120亿欧元。

根据大众汽车集团的第三季度财报，在2021年前9个月，保时捷创造了约34亿欧元利润，约占大众汽车集团整体汽车业务的34%。

对于保时捷的盈利状况，保时捷中国副总裁及首席财务官洪声称：“保时捷一直秉承着在财务数据方面，保持非常高的盈利性的承诺。所以，近几年保时捷在中国市场和全球市场的财务表现都是非常稳定的，销售回报率都达到15%。”

转型加速

保时捷的电气化转型也取得了不俗的成绩。

“保时捷作为汽车高端品牌，也需要跟随时代潮流，这其中包括新能源汽车的潮流。”盘和林说道。记者注意到，众多豪车品牌纷纷采取措施，以加速电气化转型的步伐。

稍早前，曾有外媒报道称，国际超豪华跑车品牌路特斯正加速推进电气化进程，为路特斯科技上市做好充足准备。路特斯方面回复记者称，目前只是考虑上市，并没有官宣计划IPO，融资金额和上市地点也都未定。

业内有分析称，此番保时捷上市或与自身的电气化战略有关。按照规划，截至2024年，保时捷计划在混合动力、电气化、数字化方面投资约100亿欧元。其中，60%将用于混合动力和电动汽车的研发；30%将用于与电气化相关的有形资产投资；10%将用于汽车的数字化。同时，还有50亿欧元的额外支出，用于数字化转型和风险投资活动。

保时捷的电气化转型也取得不俗的成绩。以保时捷中国市场

深耕中国

保时捷在中国的研发分支也会在今年正式启动。

自2001年在中国大陆开设第一家经销店至今，中国市场在保时捷全球版图中有着举足轻重的地位。数据显示，2021年，保时捷全球32%的销量都来自中国，其在中国的新车交付量达95671辆，同比增长8%，且中国已经连续第7年成为保时捷全球最大单一市场。

从具体的车型销量来看，SUV车型仍旧是保时捷在中国最销车型，Cayenne和Macan均收获了超过3万台的销量。豪华轿车Panamera销量同比增长26%，同时也使中国成为Panamera全球最大单一市场。

在数字化方面，保时捷进一步迎合中国市场趋势，加快开发在“产品与服务体验”“企业与经销商



保时捷中国总裁及首席执行官严博禹

本报资料室/图

为例，保时捷目前向中国共引进了16款纯电和插电式混动车型，在2021年的总销量中，有18%的销量来自新能源车型，比上年增长8个百分点。其中，保时捷的首款纯电动跑车Taycan的销量达到7315辆。

实际上，很多车企的第一款电动车都是采用SUV的途径进入市

场，保时捷的首款纯电动跑车为什么选择Taycan？保时捷中国副总裁及首席运营官萧达解释称：“因为Taycan是全新的车型，是一个桥梁，在传统的内燃机车型以及电动车型上完成了非常完整的桥梁作用。也就是说我们立足于打造一台无论是内燃机还是电驱，都激动人心、有驾驶乐趣、纯粹的保时捷，Taycan正好

候，就希望能够更多地深耕中国市场，及时了解中国市场消费者对数字化需求和产品的倾向以及要求，要贴近这些客户。今天我们已经有10%的客户来自于Z世代、Y世代，也就是95后、00后，这样的比例还在不断地增加。”

记者了解到，保时捷在中国的研发分支也会在今年正式启动。“研发分支遵循的战略是延续我们在中国市场的发展规划方向，更好地了解中国客户的要求和愿望，并转化为我们的汽车产品。”严博禹说道。

严博禹表示：“中国市场非常有活力、充满动态性。我们发现目前有很多汽车研发的业务不能

填补了这一细分市场的空白。”

对于Taycan的市场表现，严博禹评价道：“2021年是Taycan首个完整销售年，Taycan全系4款电动跑车中有3款享受国家免征车辆购置税政策，全系新车交付量是2020年的5倍多。尽管Taycan也受到了芯片短缺的影响，但我们还是获得了不错的成绩。”

“保时捷已进入电气化快车道。”严博禹说道，“到2025年，我们50%的新交付车型将会是电气化车型，到2030年80%的车型将会是电气化车型，所以电气化也将把保时捷品牌带到全新的高度，这也是我们在豪华品牌当中非常好的一个标杆。”

对于汽车行业普遍面临的芯片供应问题，萧达表示，芯片的短缺对各行各业来说都是一个挑战，保时捷德国总部及保时捷中国为了保证市场的健康成长，采取了一系列举措，不管是生产还是在仓储、物流，以及在港口芯片的补给方面，尽量保证市场的供给。

在德国开发，或者说在德国不能充分理解，更重要的是不能测试，因为德国没有相应的生态系统和技术基础。因此，经过一些深入的研究和与德国同事的深入讨论，我们达成一致，希望在上海有一个德国研发中心的分支。”

“他们会和德国保持密切联系，将中国研发分支的重要信息反馈给那边。他们也会与这里保时捷工程部的、保时捷数字部和北京的同事一起工作，为未来在自动驾驶、连接性、电动驾驶、充电等方面找到特定的解决方案，这些解决方案是保时捷为中国市场制造的，并会整合到我们在德国开发的汽车上。”严博禹说道。

共计涉资37.5亿元

二度并购南孚电池资产 安德利转型发力电池赛道

本报实习记者 于典 记者 张家振 上海报道

在资本市场沉浮了近20年之后，南孚电池再次来到了命运的岔路口。

近日，安徽安德利百货股份有限公司(以下简称“安德利”，603031.SH)发布公告称，拟通过控股子公司安孚能源以支付现金的方式，向宁波亚丰购买其持有的宁波亚锦电子科技股份有限公

并购“两步走”

在不到半年的时间里，安德利连续两次出手收购，矛头直指亚锦科技所持的核心资产——南孚电池。

安德利和亚锦科技产生交集始于2021年9月份。彼时，安德利发布筹划重大资产重组的提示性公告，拟由宁波亚丰向安德利或其控制的企业转让所持有的亚锦科技36%股权，股权转让价款暂定为不低于24亿元，且宁波亚丰将其持有的亚锦科技15%股权对应的表决权不可撤销地委托给安德利行使。

其中，18亿元股权转让价款由安德利或其控制的企业以现金方式向宁波亚丰支付，其余交易对价6亿元由公司股东陈学高代为支付。同时，由陈学高收购安德利当时持有的全部资产和业务，包括商业零售业务、其他任何具有的业务及与该等业务相关的全部负债，交易价格暂定不低于6亿元。

根据公告，今年1月17日，

司(以下简称“亚锦科技”，830806.NQ)15%的股权。

据了解，安德利旗下安孚能源此前已收购亚锦科技36%股权。本次交易完成后，安德利将通过安孚能源合计持有亚锦科技51%的股权。而作为大股东，亚锦科技持有电池行业龙头企业——福建南平南孚电池有限公司(以下简称“南孚电池”)82.18%的股份。

随后，上交所向安德利下发问询函，要求公司对收购事项补充说

明。根据中证天通出具的备考审阅报告，本次交易完成后，截至2021年8月31日，安德利合并资产负债表中将形成商誉28.35亿元，占备考报表中归属于母公司净资产的比重为384.87%。而亚锦科技的涉诉事项以及股权质押也给交易带来了诸多不确定性。

对于相关问题，安德利相关负责人在接受《中国经营报》记者采访时表示：“公司会根据有关规定及时披露，相关信息以公告为准。”

有的权益比例，有效增强上市公司的盈利能力，为公司整体经营业绩提升提供保证，符合公司长远发展战略。

值得注意的是，安德利两次收购亚锦科技的依据都是中联信以2021年8月31日为评估基准日出具的《评估报告》，亚锦科技股东全部权益评估价值为92.36亿元。

在第一次收购过程中，亚锦科技36%的股权对应评估值为33.25亿元，经交易各方协商一致，交易价格最终确定为24亿元。而在本次交易中，亚锦科技15%的股权对应评估值为13.85亿元，最后交易价格最终确定为13.5亿元。

对此，上交所要求安德利补充披露本次交易采用原评估报告结论是否具有合理性，并说明两次交易最终确定的标的资产估值不一致的原因。截至记者发稿，安德利方面尚未就上交所问询函作出公开回复。

跨界谋转型

在此前发布的公告中，安德利明确提出，公司主营业务将从传统的百货零售行业转为电池行业。随着收购的持续推进，这家主要从事自营百货零售业务，大本营在安徽省的公司，在战略转型的道路上迈出了重要的一步。

安德利方面指出，近几年，由于电商、疫情等因素对百货零售实体造成的冲击，同时伴随消费升级，线上线下一体化等新零售模式的涌现，安德利作为区域性百货零售企业，积极转变以超市为中心，加速网点布局、区域拓展，但业绩却持续下滑。在此背景下，积极谋求战略转型，成为股东和管理层一致共识。

安德利近几年的营收数据也从侧面证实了这一点。公司年报数据显示，2017~2020年，安德利分别实现净利润3867万元、585万元、1527万元和-659万元，整体呈下降趋

多元化布局

值得注意的是，随着锂电池技术的持续发展，储能市场也在悄然发生变动。

根据公告，安德利此前设立的安孚能源，经营范围囊括锂离子电池、动力电池系统和电池材料等诸多细分领域。公司提出，将重点开拓以电池能源行业以及新能源投资的技术服务市场，积极开拓新业务，捕捉新能源领域新技术研发、新产品制造领域的商机，为公司在能源板块的发展奠定基础。

对于公司在新能源领域的布局，安德利方面表示，南孚电池不断增强研发创新能力，深耕碱性电池市场，多元化布局消费电池市场，战略进军锂离子电池市场。

“一方面，注重新型碱性电池产品研发和技术升级，不断推出放电性能及产品质量领先的碱性电

势。2021年业绩预告显示，公司预计2021年度归属于上市公司股东净利润为-3900万~-4400万元，亏损较上一年进一步扩大。

而以南孚电池为核心资产的亚锦科技，2017~2020年分别实现营业收入23.75亿元、27.6亿元、28.48亿元和33.74亿元；分别实现净利润3.09亿元、3.03亿元、1.75亿元和4.38亿元。

作为中国电池行业知名企业，南孚电池在国内碱性电池市场占有较大优势。安德利方面也提出，快速切入优质赛道，并取得较为领先的市场地位，可以带来稳定的营业收入和利润。

随着收购的快速推进，管理层的人事变动也被提上日程。安德利董事会近日通过议案，拟将董事会席位由7人增加至11人，并提名林隆华、刘荣海和刘珩等为公司非独立董事候选人，其中刘荣海于

场景以及消费需求，面向消费者推出了多种类电池产品，包括专门针对物联电器的放电模式开发的锂锰纽扣电池、适合各类高电压大电流强动力用电器的充电锂电池，从而多元化布局电池市场。”安德利方面指出。

作为碱性电池龙头，南孚电池将如何快速切入锂电池领域？伊维经济研究院研究部总经理吴辉向记者表示，目前，南孚电池如果想要转型到锂电行业，最迫切需要解决的问题首先是生产线，“以18650锂电池为例，一条200PPM的生产线如果选用进口设备可能需要花费2亿元。”

“碱性电池的市场未来可能会部分被锂电池所取代。因为锂电池容量更高，也可以反复使用，同时锂电池的安全性也在不断提高，目前已经有企业深入C端来做这

方面的产品。”吴辉进一步向记者解释，“对于南孚电池来说，公司转型锂电池的优势主要是此前积累的销售渠道。”

对于电池行业未来的发展前景，安德利方面表示，一方面，中低负荷用电场景下，碱性电池由于具有性价比高、用户获得便捷等特点，需求仍会长期存在；另一方面，由于消费升级和新兴电器的发展，未来碱性电池的渗透率仍将继续提升。

“南孚电池是中国电池行业知名企业，在国内碱性电池零售市场影响力和市场占有率较高，具备明显的市场领先优势。”安德利方面表示，本次交易完成后，公司将通过控股子公司合计持有标的公司51%的股权，从而进一步加强对标的公司控制权的稳定性，确保公司业务转型升级。