

尊界被曝刹车断裂 江淮汽车应声跌停

百万级MPV尊界V800在第三方制动测试中被曝刹车踏板支架断裂,相关话题引发舆论热议。10月8日深夜,尊界汽车发布制动踏板支架底座相关问题的情况说明。说明表示,尊界汽车的制动系统,按照高于国家标准与行业标准要求完成全流程开发与验证。自首批车辆交付以来,在用户实际使用场景中,未发生制动踏板支架底座断裂故障。



对于被曝出的测试,尊界汽车表示用户安全永远是第一优先级。即便是非标准的极端测试工况,仍希望为用户提供更高的安全冗余:将进一步优化该部件设计,并为已交付用户提供免费升级选择。同时,将对相关部件的设计验证、试验边界与生产质量管理开展系统性复核与补强,持续完善安全体系。

当日,懂车帝发布的实测视频显示,3辆行驶里程非常短的尊界V800,在封闭场地进行100km/h至0紧急制动测试时,刹车踏板支架全部出现断裂。其中,第1辆车在第3次制动时断裂,第2辆车在第4次制动时断裂,为验证问题而购入的第3辆新车,在第2脚全力制动时即发生断裂。车辆驾驶者为一名身高170厘米、体重140斤左右的男性,输出正常的制动力,其中,第3辆测试车刹车踏板支架断裂的踏板力为1612牛。

断裂发生后,车辆脚刹制动完全失效,仅能依靠P挡应急制动。尊界V800用户手册注明,P挡应急制动主要用于减速,不能代替制动踏板制动,其不能提供较大制动力。应急制动时,可能会导致车辆打滑、侧翻等风险。

由于3辆车的踏板断裂方式一样,都是从刹车踏板的固定支架开始断裂,切口也完全相同,加之测试车辆批次并不相同,因此测试方认为,此次故障不属于偶发问题。

为验证其他车辆是否也存在相同情况,视频测试方还对智界V9等车辆进行了相同测试,且踏板力均值都在1600牛以上,但在6次全力制动内,并未出现刹车踏板支架断裂的情况。

针对上述事件,北京商报记者第一时间联系尊界方面,相关负责人表示,研发和服务的相关人员已在紧急分析原因,推测测试期间踏板力度有进一步需要调查之处,还要等最终的官方说明。

尊界是江淮汽车携手华为、依托鸿蒙智行合作模式打造的高端新能源汽车品牌。尊界V800则为尊界旗下的旗舰MPV车型,于2026年8月上市,售价区间为76.6万—101.6万元,主打百万元级高端商务出行市场。搭载华为途灵龙行平台、800V全主动悬架和乾崮智驾ADS 5.0系统,并强调制动、转向、供电等八大系统具备全链路冗余设计。

根据《机动车运行安全技术条件》

(GB 7258)的相关规定,制动系统的机构和装置应经久耐用,不会因振动或冲击而损坏。

懂车帝测试视频发布后,引发全网热议,尊界V800、尊界V800刹车踏板支架断裂等相关词条冲上微博热搜。受负面消息冲击,江淮汽车当日盘中股价跌停,收盘价定格在24.72元/股,对应市值缩水约62亿元。截至发稿,该股成交额超35亿元,换手率超6%。

此前,江淮汽车股价走势强劲,在9月22日—30日的6个交易日斩获3个涨停板。9月30日晚间,江淮汽车发布公告称,公司股票于9月28日、29日、30日连续三个交易日收盘价格涨幅偏离值累计超过20%,属于股票交易异常波动。

江淮汽车指出,近期,公司关注到有部分媒体发布公司拟与华为、Stellantis开展合作的报道。经核实,公司与华为、Stellantis三方确有沟通合作意向,但合作内容、合作形式等均未确定,也未签署任何有约束力的正式协议,后续相关合作事项推进尚存在较大不确定性。

北京商报记者 雷雨葭

图片来源:视觉中国

核心产品以价换量 文石科技二次递表港交所

“增收不增利”的招股书,透露出文石科技赴港IPO的真实底色。近日,有“中国版Kindle”之称的文石科技二次递表港交所。招股书显示,2026年上半年公司收入约5.74亿元,高于上年同期的约5.34亿元;但经调整净利润由约8269.7万元降至约6825.2万元。同期,约5574.5万元收入来自转售第三方芯片,占当期收入的9.7%;经营活动现金流净流出约1.99亿元。

以五年为区间,文石科技所在的全球知识专注型生产工具市场复合年增长率预计从2021—2025年的26.5%降至2026—2030年的16%。当行业增速放缓、核心产品“以价换量”,文石科技此时二次递表港交所,其上市时机与估值逻辑面临着考验。

和内容生态,文石在内容资源上的短板很容易被价格劣势放大”。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜进一步向北京商报记者分析,文石科技“开放系统+均衡体验”的差异化在低价带不明显,“结果就是品牌位次不等于电商转化,反而让文石卡在比汉王贵、比科大讯飞弱场景的中间带,战略上容易被上下夹击”。

千起芯片转售生意

行业增速放缓、主业盈利承压,叠加紧绷的现金流,让文石科技的二次递表显露出“补血”的意味。

2026年上半年,公司经营活动现金流净流出约1.99亿元,较上年同期的约1414.1万元大幅扩大;期末现金及现金等价物约1.18亿元,上年同期约2.02亿元。

成本端同样承压。2023年至2025年,公司原材料成本分别为约4.07亿元、5.03亿元、5.58亿元,占总销售成本比重从76.1%持续升至79.4%;2026年上半年,原材料成本约3.12亿元,占比进一步升至85.8%。

存货方面,公司存货周转天数从2023年的153天、2024年的155天,升至2025年的209天及2026年上半年的313天。公司称这主要是由于战略采购关键原材料(如屏幕及芯片)以建立关键组件的战略储备,从而减轻价格波动的影响及长交货期相关的风险。

为缓解存货和现金流压力,公司自2026年起新增了一笔非主业收入——将若干原材料(即第三方制造的芯片)转售予主要从事电子产品贸易及销售的客户。据招股书数据,2026年上半年,公司芯片转售收入约5574.5万元,占总收入约9.7%。公司称,“该等销售一般以采购单形式进行,旨在优化现金流及减轻存货压力”。北京商报记者已就芯片转售的可持续性通过邮件向文石科技发去采访问题,截至发稿,对方未予回复。

对于文石科技的递表时机,江瀚表示,“最直接的动因是前一次招股书到期失效,叠加自身经营现金流快速承压,需要通过港股上市打开公开融资通道,缓解高库存和长周转周期带来的资金压力”。

他认为,“当前国内墨水屏赛道正处于量价齐升的增长窗口,Kindle退出后国产替代故事还在,市场对智能硬件出海、AI生产工具的叙事仍有接受度,这个时间点窗口其实是抓得住的。但风险也很明显,增收不增利、现金流持续流出的基本面,会让资本市场对其后续盈利改善能力持谨慎态度”。

北京商报记者 魏蔚 实习记者 鲁芹

两大产品线均价降幅超17%

从招股书来看,2026年上半年,文石科技两大核心产品线均呈现价格与毛利率同步走低的态势。

生产力平板是公司的“收入主力”,2026年上半年收入约3.84亿元,占总收入66.9%;销量从约12.13万台增至约20.53万台,但平均售价从2398元降至1869元,降幅约22.1%;毛利率从38.5%微降至36.8%。

高速阅读器2026年上半年收入约1.04亿元,占总收入18.2%,而上年同期该类收入约2.21亿元;销量从上年同期的约20.37万台减至约11.66万台;平均售价从1087元降至895元,降幅约17.7%;毛利率从35.8%降至26.2%,下滑9.6个百分点。管理层将毛利率下滑归因于“产品组合转向毛利率较低的高速阅读器产品”“对若干旧款高速阅读器型号降价并进行促销活动”及“期内芯片价格上涨,原材料成本有所增加”。

面对两条产品线的走向,盘古智库高级研究员江瀚向北京商报记者表示,“高速阅读器销量与均价双降,本质是Kindle退出后大众阅读市场被千元内国产品牌快速分流,文石原有存量优势被稀释,不得不靠降价保份额;生产力平板销量大涨、均价下滑,说明文石正在主动把中高端生产工具向更广泛的职场人群下沉,用小尺寸机型拉低准入门槛”。

但他同时指出,这种“以价换量”短期能冲规模,长期很难持续,“核心原因是墨水屏上游供应链高度集中,成本端没有太多下探空间,持续降价只会进一步压缩利润空间”。

针对公司利润下滑原因、产品均价下行等问题,北京商报记者通过邮件向文石科技发去采访申请,但截至发稿未获回复。

份额4.2%的“全球第二”

把视角拉向整个赛道,知识专注型生产工具市场正经历增速放缓与竞争加剧的双重考验。

弗若斯特沙利文数据显示,全球知识专注型生产工具市场2021年至2025年的复合年增长率为26.5%,而2026年至2030年预计将降至16%。渗透率方面,2025年为51.8%,预计2030年增至68%,仍有提升空间。

竞争格局上,按2025年零售价计,文石科技以4.2%的全球份额位列中国最大、全球第二大品牌。招股书显示,排名第一的市场份额13.1%,按照招股书透露的关键信息,大概率是挪威的reMarkable;排在文石科技之后,位列第三的市场份额3.1%,大概率是一家加拿大上市公司旗下品牌Kobo;另有两家中国上市公司,份额分别为3%和1.3%,位居行业第四、五名,根据招股书信息,大概率分别是科大讯飞和汉王科技。

文石科技的股东名单中也有消费电子巨头的影子。招股书显示,联想(天津)持有文石科技5%股权,为最大外部机构股东。联想旗下拥有小新Pad、Yoga Pad等平板产品线,与文石科技在消费电子赛道存在交集。

终端市场上,北京商报记者在某主流电商平台按销量由高到低选取相关产品搜索发现,汉王Clear6补贴后849元起,销量2万+;文石Leaf5+约1640元,销量6000+;科大讯飞Air2约2250元,销量5000+;Kobo Libra Colour约1944元,销量1000+;reMarkable Pro Move个人卖家售价3860元起,销量300+。国产的几款产品基本呈现“价格越低,销量越高”的特征。

江瀚认为,“阅读品类本身强场景、弱品牌溢价,价格带越往下,用户越看重性价比

Market focus

纷美退市待解 无菌包装整合迎关键节点

停牌18个月,纷美包装复牌进程走到关键岔路口。10月8日,新巨丰公告称,公司下属香港联交所上市公司纷美包装近日收到香港联交所函件,上市委员会已决定取消纷美包装的香港上市地位。对此,新巨丰、纷美包装董事长袁训军在接受北京商报记者独家采访时表示,若纷美包装最终退市并入集团,将彻底打通两地市场资源壁垒,推动“设备+包材”一体化方案全球输出,后续将依托双方海内外渠道优势,推动产业深度融合。

行业壁垒

根据公告,纷美包装有权在决定发出日起7个营业日内提交复核申请,如不申请复核,其股份最后上市日期为2026年10月16日,上市地位将自10月20日上午9时起取消。纷美包装尚需与专业顾问沟通确定是否提交复核请求。

9月初,袁训军在接受北京商报记者采访时表示,“无论最终是否保留纷美包装的港股独立上市地位,都不会对其主营业务和日常经营产生重大不利影响。如果未能复牌,公司完全有能力将其作为全资子公司进行整合,这反而有助于我们消除跨境资本市场的合规成本,将资源聚焦于产业协同与技术研发”。

长期以来,凭借“设备+包材+服务”的一体化模式,国内无菌包装市场被利乐、康美等国际巨头占据绝大多数市场份额,形成了极高的行业壁垒。新巨丰与纷美包装作为国内仅有的两家掌握无菌包装全产业链自主生产技术的本土企业,二者整合后,国产阵营或将在无菌包装上和外资品牌形成规模抗衡。

申万宏源研究等研究院披露的研报数据显示,新巨丰完成对纷美97.76%股权收购并表后,在国内无菌包装市占率超过20%,仅次于国际巨头利乐,集团整体无菌包装年总产能突破500亿包。其中新巨丰深度绑定伊利、新希望、夏进乳业等液态奶客户

及王老吉、加多宝等非碳酸软饮料客户;纷美包装核心客户包括蒙牛等头部乳企,其无菌灌装机组自研能力与国产同行形成差异化。

国产替代?

这一规模变化带来的最直接影响,是下游乳饮客户的供应链选择逻辑发生根本改变。此前国内头部乳企为了规避单一供应商依赖风险,往往需要在利乐之外选择2—3家份额较小的本土供应商作为补充,这些本土供应商受产能规模、技术适配能力限制,很难承接大批量的主品牌订单。而新巨丰与纷美包装整合后形成的20%市场份额,具备了承接头部乳企年度数十亿包核心订单的产能与服务能力,乳企供应链多元化的选择空间被彻底打开,长期以来外资供应商在包材定价、交付周期、定制化需求响应上的话语权,正在被逐步稀释。

从行业公开数据来看,2026年上半年,国内头部乳企的国产无菌包材采购占比已经从2024年的不足30%,提升至接近42%。越来越多的乳企开始将主品牌产品线的包材订单,按一定比例分配给整合后的本土供应商,逐渐打破过去“利乐为主、国产为辅”的传统采购结构。

但国产阵营的突围,不是“1+1=2”那么简单,而是需要补齐设备、包材、服务的整套闭环,通过设备和包材标准的打造,增强客户服务黏性,逐步实现国产替代。

“可以看到,在无菌包装上,纷美和新巨丰形成的阵营,与利乐、康美形成了三分天下的局面。”高级乳业分析师宋亮表示,“但不可否认的是,从设备的角度来说,本土与外资之间还有一些差距,国外设备的返修率更低、稳定性更强。从包材方面来说,目前本土品牌的产能正迎头赶上,但在创新上,无论是外形研发还是材料研发,本土品牌与利乐还有一定的差距。”

北京商报记者 孔文雙