

群雄逐鹿新能源汽车 谁会成为中国版特斯拉

证券时报记者 翁健

2014 年，被称为新能源汽车元年。特斯拉风潮将电动汽车真正意义上地引入到汽车消费市场。同时，特斯拉概念在资本市场上也翻江倒海，以致引发产业资本争相跟风涌入，包括身处不同领域的企业跨界进军新能源车整车制造。如今，两年时间稍纵即逝，“裸泳”的公司开始逐步显现。

讲概念讲故事终有结局的一天，而决心涉足整车制造的企业已经开始将电动汽车驶出 PPT。9 月份，多家跨界造车的企业不约而同地宣布“启动

上下游企业谋求“逆袭”

不想制造电动汽车的电池企业不是好公司。从目前来看，新能源汽车产业链上的企业，无疑是进军整车制造的主力军。

从技术层面上看，新能源汽车上下游企业生产电动车有行业优势。特别是身处上游的电池企业，由于掌握着新能源汽车的核心部件，对相关技术及制造环节较为熟悉，在整车制造的过程中能少走弯路。海通证券电力设备与新能源行业的分析师认为，电动车本身的技术壁垒比市场预期的低，各细分领域的龙头企业执行力较强，如果进军电动车获得成功是大概率事件。

同时，随着新能源汽车产业竞争加剧，相关企业不得不谋求向汽车产业链中最核心的环节转型。随着新能源汽车迎来一个又一个的风口，产业资本也日益青睐这个新兴领域。这必然导致未来各企业间竞争加剧，甚至某些细分领域出现产能过剩的现象。

以国轩高科为例，日前，川财证券在参加公司的交流会后表示，尽管今年第四季度行业仍处于旺季，但天花板已经出现。理由是，磷酸铁锂电芯供应紧张将于 2016 年底前逆转，其中的原因包括 2015 年上半年投建的电池产能经过 2 年建设期开始释放。简单估算，2016 年新能源汽车销量达 35 万辆，对应新增电池需求量为 7.2gwh，而 2016 年比亚迪、力神、国轩与万向 A123 的电芯供应量就已经增加了 7.5gwh，价格战不可避免。

而整车制造一直把控着整条产业链中最核心的价值，具有较高的话语权，上游供应商及下游经销商不得不依附于汽车制造商，并将大部分的利益拱手相让。随着部分零部件企业传统主业出现下滑或存在潜在下行风险，同时在政策的支持下电动汽车产销量持续增长，因此利用当前契机进入整条产业链中具有较高回报的环节。

觊觎整车生产资质

从目前来看，其它领域的企业想涉足整车制造，主要通过申请新能源汽车生产资质以及收购汽车厂商“曲线”获得生产资格两种途径。

其中，通过并购获得生产资质最具代表性的为万向集团。旗下控制着万向钱潮等多家 A 股上市公司的万向集团，此前一直苦于无法获得整车生产的资质。2014 年，万向集团斥资约 1.5 亿美元收购美国豪华电动汽车厂商菲斯科。此后一年多的时间里，菲斯科的消息甚少。

直至今年 9 月份习近平访美期间，随同出访的万向集团创始人鲁冠球披露了菲斯科复产的时间表。鲁冠球表示，菲斯科的生产将迁回美国，并在加州开始建设在美国的第一家工厂，明年将开始复产。菲斯科旗下电动超跑 Karma 将于 2016 年率先在美国加州复产，明年 6 月份左右即将面世。

作为特斯拉的第一个对手，同样定位于豪华电动车领域的菲斯科由于资金链断裂而让特斯拉率先打开市场。万向集团入主后，既让“菲斯科”品牌起死回生，同时鲁冠球也即将实现多年以来的造车梦。正如鲁冠球此前在接受媒体采访时表示的一样，现在万向已经形成了从电池、电机、电控到电动汽车的产业体系。”

著名汽车行业分析师张志勇在接受记者采访时表示，万向集团宣布明

作”，跨界造车迎来一个高潮期。先是前上海通用汽车总经理丁磊正式加盟乐视汽车，然后是苹果公司宣布推出新能源汽车的时间表提前。另外，万向集团创始人鲁冠球也在跟随习近平访美期间表示，旗下收购的美国电动车品牌菲斯科将于明年中期复产。

从跨界进军电动车整车制造的企业来看，大致可分为传统制造企业及互联网企业两大阵营。证券时报记者通过梳理两个阵营中最具代表性的企业，追踪新能源汽车新贵们的动态，探讨跨界造车过程中必须面对的问题，以期寻找下一个特斯拉。

年新车面世，体现鲁冠球对菲斯科这个品牌前景的信心。从所公布的信息来看，尚不知全新菲斯科的定位，但应该还是以中高端车型为主。目前，美国的电动汽车高端市场已经趋向饱和。万向集团推出菲斯科后，应该会把主力放在中国市场及其它市场。菲斯科复产后，豪华电动车市场的格局将改变。

另外，多家 A 股上市企业，也通过对外并购的方式获得汽车制造资格。其中，今年 7 月份，多氟多斥资 1.6 亿元收购河北红星汽车制造有限公司股权。资料显示，红星汽车主要从事汽车的研发、制造和销售，具有卡车、改装车、SUV、面包车、微型面包车等类型汽车制造资质。

多氟多表示，通过收购红星汽车，公司将形成从动力锂离子电池生产到新能源汽车整车生产的完整产业链，有助于公司对新能源汽车上下游资源进行有效整合。近日，多氟多在回答投资者提问时表示，预计 2016 年第一季度红星汽车将推出纯电动车销售。

当然，也有上市公司在筹划并购事项时出现半路夭折的情况。日前，西部资源宣布，公司终止发行股票收购两家新能源汽车产业链公司的重组计划，改为筹划非公开发行股票事宜。其中一家为从事新能源汽车整车制造的非上市公司。

西部资源在回答投资者提问时表示，公司在终止收购后，将积极推进增发事项。本次增发的目的，仍然是为了深入推进公司向新能源汽车板块完整产业链的转型，做大新能源相关业务。

苦等生产牌照发放

无法通过并购来获得新能源汽车生产资质，只能苦等生产牌照的发放。今年中期，国家发改委、工信部联合发布《新建纯电动乘用车企业管理规定》，明确了电动车新进入者应具备的条件。其中的准入门槛包括拥有专业研发团队、整车正向研发能力、自主知识产权及专利；具备整车试制能力，包括车身、底盘、动力系统集成、整车装配工艺和设备等。

此举被认为是为公布新能源汽车生产资质名单做铺垫，而对新能源汽车产业链中的上下游企业来讲有望“近水楼台先得月”。对此，多家 A 股上市公司也垂涎已久，并通过上马新项目扩产能来增加入选大名单的砝码。但由于产业资本密集涌入，申请生产资质的企业急剧上升，增加了有关部门审核的难度，致使到目前为止大名单仍未出台。

对此，锂电“达沃斯”组委会秘书长于清教在接受证券时报记者采访时表示，到今年年底，工信部、发改委或将联合发布获得电动车生产资质企业的大名单，最迟应该会推迟到明年两会期间公布。该份名单为专家根据纯电动乘用车企业标准评选出来的。

为了获得生产牌照，很多电池企业很早便着手准备。”于清教说，其中，杉杉股份很有希望在未来涉足电动整车制造。杉杉股份一直在做电池材料，包括正极材料、负极材料及电解液等。今年中期，公司计划募资 30 多亿布局锂电池与新能源汽车关键技术等项目。下一步，杉杉股份应该就会通过并购或参股，或者等待电动车生产资质放开，完善整条产业链，向整车制造发展。”

同时，主营锂电池研发销售的亿

新能源汽车制造“新秀”最新动态一览		
公司名称	背景	最新进展
苹果公司	今年 7 月份，消息称苹果公司将进军新能源汽车领域	今年9月份宣布苹果汽车首款汽车将于2019年正式交付
万向集团	旗下A股上市公司万向钱潮	今年9月份宣布旗下收购的美国电动车品牌菲斯科将于明年中期复产
乐视	旗下A股上市公司乐视网	原上海浦东新区副区长、上海通用汽车总经理丁磊正式加盟乐视汽车
亿纬锂能	A股上市公司	目前正在争取新能源汽车生产资质积极做工作
多氟多	A股上市公司	并购河北红星汽车制造有限公司，预计2016年第一季度红星汽车将推出纯电动车销售
杉杉股份	A股上市公司	今年三月份计划募资30多亿加码锂电池，有望率先获得新能源汽车生产资质
蔚来汽车	由汽车之家创始人李想、易车网创始人李斌等联合成立（国内两家最大的汽车垂直网站，汽车之家和易车网已于纳斯达克上市）	今年9月份完成一轮约5亿美元的融资，投资方包括红杉资本和愉悦资本等
前途汽车	汽车设计公司长城华冠旗下产品 长城华冠于今年9月份挂牌新三板	旗下首款车型前途K50将于2016年底正式上市
富士康 腾讯 和谐汽车	富士康为特斯拉零部件代工企业；和谐汽车为香港联合交所上市企业，中国豪车经销商	在郑州成立三方合资公司，并且签订协议，在郑州成立初始规模为10亿元的投资合作公司，作为共同投资智能电动汽车及相关互联网项目的投资平台

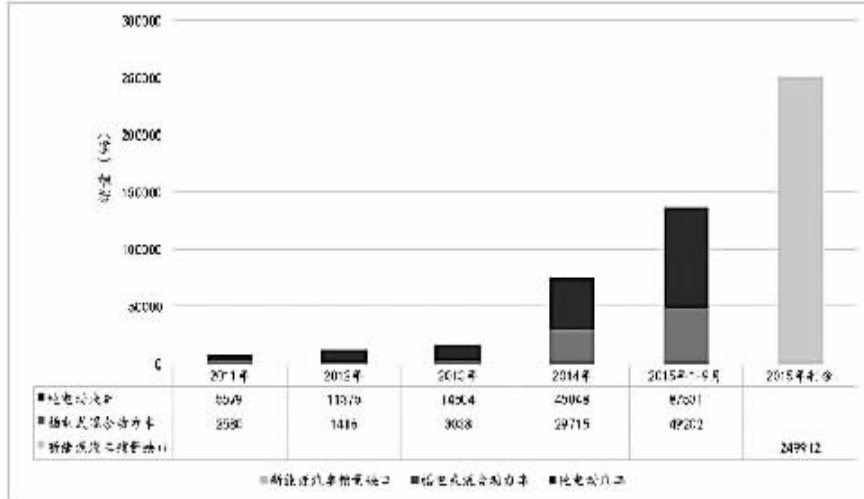
9月份部分新能源车企销量排行

公司名称	9月份销量（单位：辆）	即将推出的新能源车型
比亚迪	5761	新能源SUV“元”
吉利汽车康迪电动	3301	—
北汽集团	2158	纯电动车型—EU200
江淮汽车	1400	纯电动SUV江淮S20—iEV
奇瑞汽车	1150	插电式混动车型艾瑞泽7
众泰汽车	877	纯电动汽车芝麻E30
江铃汽车	800	—
腾势汽车	252	—

锂电池上市企业三季度业绩一览

公司名称	三季度业绩预告	业绩变动原因
新宙邦	比上年同期下降：15%—25%	市场竞争加剧，产品销售价格和毛利率有所下降；同时公司加大了对新产品项目、研究开发及管理方面的投入，导致期间费用增加。
欣旺达	比上年同期上升：130%~160%	报告期内，公司经营计划有序开展，随着市场营销力度的加大，公司2016年前三季度主营业务收入大幅提升，盈利能力提高导致业绩相应增长。
亿纬锂能	比上年同期上升：40%~60%	锂原电池业务持续增长；锂离子电池业务经过产品结构调整，进入稳步增长阶段；
多氟多	同比扭亏为盈，盈利：2800万元—3200万元	公司新能源板块业务拉动，动力锂电池和六氟磷酸锂产品供不应求，动力锂电池销量增幅显著，六氟磷酸锂进入新景气周期，价格回升较快，盈利能力回升。
当升科技	比上年同期上升：215%—240%	公司销量同比增长约 30%，收入同比增长约 20%；报告期内公司投资并购收益有较大增长；
南都电源	比上年同期增长：15%~45%	收购安徽铂再生资源科技有限公司 51%的股权纳入合并报表范围；通信后备电源、储能电源及新能源汽车用动力锂离子电池业务的业绩贡献均比上年同期实现增长。

翁健/制表 彭春霞/制图



纬锂能，对生产牌照也垂涎已久。最近公司在回答投资者提问时表示：公司致力于为新能源汽车提供高品质的锂电池和电池系统，目前也在为争取新能源汽车资质做工作。”

另外，新三板企业也积极布局纯

电乘用车。其中，今年 9 月份刚刚在新三板挂牌上市的长城华冠，旗下纯电动超跑前途 K50 也计划于明年底上市。资料显示，长城华冠主营业务为汽车的整车设计及电动汽车的研发、生产、销售。

IT企业各显神通

1+1效应

相比传统制造企业，互联网企业跨界造车更吸引市场的目光。互联网企业纷纷进军新能源汽车领域，一方面是由于特斯拉的成功示范效应；另一方面，也为争夺下一个移动入口准备。毋庸置疑，未来，汽车网络化及电动化将不可逆转。在其它移动端口日渐饱和的情况下，汽车端口将成为互联网企业之间的新战场。

目前，IT 企业涉足整车制造最具代表性的为苹果公司及乐视，两家企业在 9 月份也有最新动作。苹果公司宣布加快推进其首款电动汽车的制造和出厂计划，目标发货日期提前至 2019 年。

而此前乐视制造汽车一直被认为是炒作概念。但不久前公司宣布曾担任上海浦东新区副区长、上海通用汽车有限公司总经理的丁磊加盟，昭示公司的造车行动已提上议程。丁磊目前任乐视超级汽车联合创始人。

同样是在 9 月份，蔚来汽车完成新一轮融资，包括红杉资本等投资方一共斥资 5 亿美元。蔚来汽车表示将利用融资所得，继续开发价格适中、高度联网和智能的电动汽车。公司计划在 2016 年推出一款能够与特斯拉公司 Model S 相媲美的电动超级跑车。资料显示，蔚来汽车主要的创始人包括易车网董事长李斌、汽车之家创始人李想等。

PK传统车企

无论是互联网公司或者传统制造企业，均纷纷上马电动车整车制造。对比两大阵营，双方均有优势。

对比传统车企，IT 企业的优势为运用互联网思维造车。张志勇表示，一个互联网企业的成功之道为思维模式，而在造车过程中这也是最大的价值。特斯拉之所以能异军突起，便是用互联网的思维去造车，这从特斯拉的设计、定位及营销等环节中可看出端倪。未来，在造车链条中，互联网企业的大数据、客户资源和营销手段等都将成为优势。

另外，互联网企业也不像传统车企那样包袱沉重，传统车企前期投入大，产品结构调整困难。IT 公司则不一样，公司更多的是研发成本、人力成本，固定资产投入都比较少。

当然，互联网企业对比传统车企的劣势也是显而易见。其中，对汽车产业供应链的整合将是最棘手的问题。汽车制造是一个技术复杂的领域，是拥有两万多多个零配件的产品。

锂电“达沃斯”组委会秘书长于清教表示，基于上述原因，大多数互联网企业应该会采用轻资产的模式，像苹果一样寻找供应商，而不会涉足制造业。因为造车不是一蹴而就的，需要整条产业链的协调配合。

由于苹果等 IT 企业已自带光环，这些光环企业“如何生产一辆电动汽车”无疑成为投资者及消费者关心的话题。正如于清教上述所讲，一个毫无汽车制造经验的 IT 企业想要“独干”，无疑难于登天。因此，IT 企业一般会采用“1+1”的模式，即与传统车企联合的方式。而两者相加能否产生大于二的效果？有业内人士谨慎表示，造车并不是简单的将各种因素糅合即可。

从苹果与乐视来看，IT 企业的造车路程均颇为相似，包括通过不断地从车企挖角。其中，苹果公司今年以来不断从未来的竞争对手特斯拉挖角，以致被特斯拉 CEO 马斯克称为“特斯拉垃圾场”。而乐视则引入上海通用的前高管丁磊，此前原英菲尼迪中国总经理吕征宇已率先加盟。另外，据媒体报道，蔚来汽车此前已从保时捷德国挖来一位整车主任设计师，作为技术的负责人。

同时，IT 企业也在不断寻求与传统车企的“捆绑”。其中，有媒体传出苹果公司将委托宝马在 i3 的基础上代以加工；乐视汽车则被传出频频与英国汽车厂商阿斯顿·马丁会晤；而蔚来汽车则有可能由江淮汽车代工。

对于上述举措，张志勇表示，作为毫无汽车经验的互联网企业来说，汇集包括技术、市场、管理等环节的人才，积极寻找上游供应商及下游经销商的潜在合作方，是前期积累的重要步骤，说明比其它企业先行一步。

但对于将各种因素“1+1”简单结合起来的作法，张志勇也提出了自己的看法：没有哪个传统车企的高管能出来自立门户并保证取得成功的，尽管他深谙汽车制造的整体流程并有深厚的行业人脉。一个汽车企业更深层次的是文化与管理。IT 企业在汽车行业是一片空白，如果想要创立自己的品牌，想要在市场站住脚跟，将是非常大的挑战。同时，如果与整车企业合作，两者之间的利益如何平衡也是棘手的问题。”

于清教则表示，双方的融合，对于汽车企业说是“互联网+”，对于 IT 企业来说，是“互联网+”。从汽车未来的发展来看，网络化将是趋势。IT 企业在造车过程中需平衡角色，如果过于注重互联网化运营而忽视汽车的基本制造要求，那将是无本之木，很容易被市场所淘汰。

当然，从 2003 年成立，到前两年旗下产品真正被消费者广泛接受，特斯拉也经历了约 10 年的蛰伏期。对于这些跨界造车的企业，从研发、生产及营销等环节均需经历一段不短的时间。无论是消费者或者投资者需提供足够的空间和耐心，这也是一个伟大的企业诞生不可或缺的条件。