

纳斯达克再迎造车新势力

# 理想汽车如何应对“生死时速”

□本报记者 崔小粟 宋维东



理想汽车日前登陆纳斯达克，成为继蔚来之后，在美股上市的第二家中国造车新势力。

业内人士指出，与其他“代工派”的造车新势力不同，理想汽车将生产环节掌握在自己手中，属于“重资产派”，有利于把控产品品质，但同时面临造车经验不足带来的风险。在市场竞争日趋激烈、不断有造车新势力离场的背景下，理想汽车如何应对“生死时速”值得关注。

## 市值逼近蔚来

在火爆认购推动下，理想汽车的上市之路攒足了人气。理想汽车首次公开发行的9500万股美国存托股票(ADS)每股定价为11.50美元，每股美国存托股票代表两股公司A类普通股。

上市首日理想汽车股价表现出色，15.50美元/股的开盘价较发行价上涨34.78%。盘中最高涨至17.50美元/股，涨幅达52.17%；收盘回落至16.46美元/股，上涨43.13%，市值139亿美元。同为美股的蔚来市值为143亿美元。理想汽车上市首日市值逼近蔚来。

理想汽车此次采取AB股的股权结构，即每1股A类股对应1票投票权，而每1股B类股对应10票投票权。其中，B类股由李想专享。

IPO前，李想持股占比25.1%，为第一大股东，投票权高达70.3%。王兴和其关联方美团合计股权占比为23.5%，占据第二和第三大股东席位，投票权为

9.3%。IPO后，李想拥有21%股份，而王兴及美团的持股比例将超过李想，从23.5%增至24%。

天眼查显示，理想汽车此前已经经历数轮融资。其中，美团创始人王兴尤为引人关注。2019年8月，王兴个人出资2.85亿美元，美团旗下龙珠资本出资1500万美元，共计3亿美元参与理想C轮融资，款项来自质押其持有美团点评股票。今年6月底，理想汽车获得5.5亿美元D轮融资。其中，美团领投5亿美元，李想跟投3000万美元。至此，“美团系”在理想汽车上已持续投入了8亿美元，持股比例超过20%。

招股说明书显示，王兴旗下的Inspired Elite Investments Limited和Zijin Global Inc分别持有2.06亿股和1.27亿股A类普通股，为理想汽车第二和第三大股东，持股比例分别为14.5%和8.9%，投票权分别为5.8%和3.5%。

## “重资产派”造车新势力

提供180公里，高续航主要依靠燃油来实现。这种技术路线没有突出新能源理念，属于过渡车型，与传统汽车差别不大。随着纯电动汽车续航里程突破600公里大关，理想汽车的竞争优势将逐渐减弱。

与其他造车新势力选择的代工模式不同，理想汽车坚持自建工厂，并于2018年12月以6.5亿元收购重庆力帆汽车获得造车资质。

某证券汽车行业分析师向中国证券报记者表示，相比于蔚来、小鹏等寻找传统车厂代工的“代工派”，理想汽车通过申请或购买资质，将生产环节掌握在自己手中。这在造车新势力中属于少数的“重资产派”，有利于直接把控产品品质，但同时面临造车经验不足造成产品品质受质疑等风险。

理想汽车在江苏常州自建了工厂，设计年产能10万辆，涵盖冲压、焊接、涂装、总装四大车间。除了常州工厂，理想汽车于2018年8月宣布在重庆两江新区投资110亿元建设年产40万辆整车的生产基地。

2018年10月，理想汽车首款产品理想ONE发布，2019年11月量产，2019年12月开始向用户交付。截至2020年6月，理想ONE累计交付量超过1万辆。根据乘联会新能源乘用车销量榜单，今年上半年新能源汽车累计销量榜单中理想ONE排名第9位。此外，理想汽车将在2022年推出一款全尺寸SUV车型，继续采用增程式动力总成。

## 毛利润转正

元；总运营支出为3.03亿元。其中，销售和管理费用为1.13亿元，研发支出为1.90亿元；净亏损7710万元。

今年第一季度，理想汽车实现了毛利润转正。毛利润为6828.8万元，毛利率为8.02%。其中，汽车销售毛利率为8.45%。

尽管此次IPO赚足了眼球，但理想能否迈过下一条“生死线”？上半年，理想汽车交付量共计9666辆。不过，这一交付量实际上是自2019年4月份开启预售以来的累积订单。随着累积订单的消耗，销量是否能够维持稳定成为了核心关注点。目前，造车新势力的竞争异常激烈，如何扭亏为盈是理想汽车需要解决的难题。

## 推“岚图”品牌谋新能源汽车发展 东风公司自主品牌高端化

□本报记者 崔小粟

7月29日晚，东风汽车集团有限公司(简称“东风公司”)发布高端新能源乘用车品牌“岚图”，并公布了品牌战略，首款纯电动概念车VOYAHi-Land同时亮相。

此前，东风汽车集团股份有限公司(简称“东风集团股份”)公告拟在创业板上市，拟发行不超过9.57亿股，募集资金用于全新品牌高端新能源乘用车项目。

### 新车投放每年至少一款

在此次品牌战略发布会上，东风汽车集团有限公司董事长、党委书记竺延风表示，从2021年起，东风“岚图”每年将向市场投放不少于一款新车。未来3-5年，“岚图”品牌产品将覆盖轿车、SUV、MPV以及跨界车、高性能车等多个细分市场。

2018年，东风公司即成立了h事业部。按照东风公司的计划，“岚图”将承载双重核心任务，一方面打造高端新能源乘用车产品，引领东风品牌向上发展；另一方面探索创新管理机制模式，形成自主事业最佳运营实践。

东风公司表示，作为东风公司的重要战略布局，“岚图”是一个独立的全新高端品牌，将采用全新战略、全新组织机制、全新商业模式和全新团队，采用市场化运作，独立运营。

岚图汽车首席执行官兼首席技术官卢放认为，中国新能源汽车已进入3.0时代，“岚图”将自身定位为“真正零焦虑高端智慧电动品牌”，从产品品质、安全、里程、交付、服务、品牌可持续发展六个方面为用户减少痛点。

根据卢放的介绍，岚图掌握“三电”、自动驾驶、智能网联等关键核心技术。核心三电方面，自研MVP(高价值多场景新能源动力解决方案)；智能网联方面，构建车+生活5G智慧生态圈、V2X车路协同技术解决方案，搭载华为5G车载通讯方案、车联网及人工智能技术；自动驾驶方面，掌握L3-L4自动驾驶自研和高精地图及高精定位技术。目前，岚图的“朋友圈”包括宁德时代、腾讯、华为等。

### 拟上市为“岚图”募资

公告显示，为进一步健全公司治理结构，打造境内外融资平台，东风集团股份拟申请首次公开发行人民币普通股股票，并在深圳证券交易所创业板上市。东风集团股份拟发行不超过9.57亿股A股，不超过发行完成后公司总股本的10%，且不包括根据超额配售权可能发行的任何股份。在符合法律法规及监管要求的前提下，公司可授权主承销商按同一发行价格超额发售不超过包销数额15%的股份。募集资金拟用于全新品牌高端新能源乘用车项目、新一代汽车和前瞻技术开发项目、数字化平台及服务建设项目以及补充营运资金。

天眼查显示，东风集团股份是东风公司旗下控股子公司，于2005年12月7日在香港联交所上市，是东风公司主要的资本运作平台。分析人士表示，众多传统车企和造车新势力抢占新能源汽车“风口”，岚图进入这一赛道将面临激烈的竞争。

事实上，东风自主乘用车板块亟待转型突破。根据中汽协发布的数据，今年上半年，东风汽车自主品牌乘用车销量16.4万辆，同比下降33.4%。这一数据低于汽车行业整体销量增速。

随着竞争对手一汽集团、吉利汽车、长城汽车等品牌发力高端化初见成果，东风汽车将品牌向上的目光瞄准新能源汽车这一方向。东风汽车集团有限公司党委常委、副总经理尹峥表示，汽车行业正面临“五化”变革式发展，未来10年新能源汽车将保持相对中高速增长。受产业政策升级和消费升级的双重驱动，乘用车市场的电动化和高端化进程将加速。高端新能源汽车市场前景更为乐观，市场将进一步细分，推出“岚图”品牌是一个机会。

## 中国市场 成特斯拉重要利润来源

□本报记者 宋维东 崔小粟

特斯拉近日发布的最新财报显示，今年上半年，特斯拉营业收入为120.21亿美元。其中，中国市场营业收入为23亿美元，占其总营收的20%。中国市场成为特斯拉重要的利润来源。

分析人士指出，特斯拉从一季度疫情冲击下快速恢复，连续四个季度持续盈利，主要归功于全球范围四大车型销量和盈利能力大幅提升及中国市场Model 3的爆发式增长。随着2021年国产Model Y的交付，特斯拉产品销售存在超预期的可能。

### 业绩超预期

财报显示，二季度特斯拉实现总营收60.36亿美元，超过市场此前预期的54亿美元；实现营业利润3.27亿美元，营业利润率为5.4%；实现净利润1.04亿美元，去年同期亏损4.08亿美元，连续四个季度实现盈利。二季度，公司现金及现金等价物增长5.35亿美元，达到86亿美元；减去资本支出后的营运现金流(自由现金流)达到4.18亿美元，同样超出市场预期。

受新冠肺炎疫情疫情影响，二季度特斯拉共生产汽车约8.2万辆，环比下降20%；交付汽车约9.1万辆，环比增长3.4%。其中，Model 3和Model Y交付量超过8万辆。上半年合计交付17.9万辆汽车，销量数据远超市场预期。

特斯拉表示，公司业务表现出强劲的韧性。由于基础运营的改进，公司利润不断提高。此外，公司经历了工厂停工，停工耗费的成本被本季度减少开支的措施所抵消。过去的12个月营业利润率接近5%。

2020年，特斯拉将提升美国弗里蒙特工厂Model 3/Y产能至50万辆。同时，在美国得克萨斯州奥斯汀将修建下一个超级工厂，主要生产Model Y/皮卡车型，加速产能扩建进度。

特斯拉表示，2020年下半年将继续增加产能。今年晚些时候，公司将在三大洲同时建造三家工厂。在改进技术和本地化生产的同时，公司将继续提高成本效率，并密切管理营运资金。

新车交付日益增多，加之财务状况改善明显，特斯拉股价从1月初的400美元/股一路上涨至1431美元/股。今年以来，特斯拉累计涨幅超过240%，近期最高涨至1794.99美元/股。

从目前情况看，特斯拉总市值达到2666亿美元，股价总体表现亮眼，处于整个汽车产业的顶端。

### 中国市场重要性提升

事实上，特斯拉在今年上半年面临被动的生产局面。3月23日开始，特斯拉弗里蒙特工厂、内华达电池工厂、纽约太阳能工厂相继停工，直到5月18日才全面复工。整个二季度，特斯拉美国三大工厂近一半时间在停工。

中国上海工厂扛起了产能大旗。乘联会数据显示，特斯拉第二季度在中国市场交付了3.1万辆汽车，占其全球销量的三成。

财报显示，2020年第二季度，特斯拉在中国市场的销售收入为14亿美元，占其总营收的23.19%，同比大幅增长103%。今年上半年，特斯拉实现总营收120.21亿美元。其中，中国市场营收达到23亿美元，占总营收的比重接近20%。中国市场成为特斯拉重要的利润来源。

今年以来，为应对新冠肺炎疫情给汽车市场带来的冲击，一系列刺激汽车消费的政策出台，包括特斯拉在内的车企从中受益。同时，特斯拉自身的布局及营销举措助力其在华市场的表现。

国信证券表示，特斯拉从一季度疫情冲击下快速恢复，连续四个季度盈利，主要归功于全球范围四大车型销量和盈利能力的大幅提升及中国市场Model 3的爆发式增长。综合续航里程和售价，降价后Model 3长续航版和标准版的性价比均得到大幅提升。特斯拉Model 3作为全球畅销车型，其品牌影响力大，定价区间具有竞争力。同时，为应对一些具备差异化竞争能力的自主品牌，Model 3利用时间优势提前降价，助力其争取潜在客户，提升市占率。

### 推行本土化战略

上半年的成绩和未来巨大的增长空间，让特斯拉更加看重在中国市场的本土化战略。

公司预测，随着零部件国产化率不断提升，2020年底有望达到80%。预计2021年上海超级工厂开始交付Model Y。中国市场完备的产业链供应体系将使特斯拉国产化进程快速提升，特斯拉的成本优势和综合盈利能力将显著提升。

产品本土化方面，特斯拉不断加大本土内容比重，包括引入QQ音乐、爱奇艺、喜马拉雅、哔哩哔哩、百度地图等。在营销层面，特斯拉入驻了天猫商城，上架个性化配件等，拓展本土化渠道。

设计研发本土化方面，马斯克在不久前的2020年全球人工智能大会上表示，特斯拉正在中国建立相关的工程团队。中国的自动驾驶团队不是简单地把美国的东西搬到中国市场，“会原创性在中国做工程开发，做原创设计和工程工作。”

中信建投证券认为，对特斯拉来说，中国市场“重要性中枢”的定位会有相当程度的提升。随着2021年国产Model Y的交付，特斯拉产品销售仍存在超预期的可能。