

马斯克:特斯拉充电网络将独立于国家电网

□本报记者 刘兴龙

4月22日,国内首批Model S车主从特斯拉CEO埃隆·马斯克手中接过了钥匙,在接受预定数月之后,这款备受瞩目的电动汽车正式走入了中国内地。马斯克在接受中国证券报记者专访时反复强调“中国是重要的市场”,他表示,特斯拉将在中国建立一个独立于国家电网、完全使用太阳能发电的超级充电网络。至于本地化生产,马斯克介绍,目前仍处于考虑的早期阶段,一年后才会有详细的计划。

充电网络有望独立运行

4月22日下午,特斯拉汽车在北京举行首批车主交车仪式,首次以CEO身份来到中国的马斯克成为了当日的焦点。一个有趣的细节是,曾有网络媒体希望能够直播交车仪式,但是被特斯拉公司婉言谢绝。一位特斯拉高管解释称,马斯克是一个性格腼腆、内向的人,面对直播镜头容易紧张,即使在美国也几乎不会安排直播采访。

尽管性格有些腼腆,但是马斯克丝毫没有掩饰对中国市场的兴趣和野心。“我认为中国是一个非常重要的市场,特斯拉计划将在这里进行大量的投资,包括建设服务站、充电网络等。我们的目标是保证用户能够得到很好的体验。”马斯克在接受中国证券报记者专访时表示,将在中国建立超级充电的网络,所有的超级充电站都依靠太阳能提供能源。

“建立超级充电网络”的构想并不稀奇,马斯克在4月21日极客公园创新峰会上已经有了阐述。然而让人意外的是,马斯克强调,特斯拉将要建立的充电网络将会独立于国家电网。

在国内,光伏、风力等新能源发电由于要解决并网发电问题,因此几乎都绕不开国家电网。同时,国内民用电有电流限制,如果要在自家车库给特斯拉充电,需要改变线路,这就需要联系物业、消防、

供电局等多个部门。此前,今年3月份市场曾有传闻,特斯拉公司接触了国家电网的下属公司国网南瑞,就特斯拉在国内的充电业务合作进行了洽谈。

“躲开国家电网并不是我们的目的。被特斯拉这样做,不是要创造一个独立的电网,而是为了让电动汽车的运转实现可持续的发展。”马斯克介绍,未来在中国建设的充电网络电能将全部来源于太阳能,通过储能设备进行电力储存和供应,可以实现24小时不间断提供充电服务。由于太阳能发电“自产自销”,不需要与输电网接通,自然也可以实现独立于国家电网。

近几年,我国出台了诸多鼓励政策大力推动纯电动车、插电式混合动力车等新能源汽车的发展,但是电力供应的来源主要还是煤炭发电,仍然间存在着对环境的污染。在马斯克的眼中,他预期中的新能源汽车产业应该是无污染、可持续的发展模式。“从长远来看,可持续的清洁能源供应是推动电动汽车发展的重要基础。太阳能是一种可再生资源,剔除当前的经济因素,它与煤电相比显然是更加清洁的能源,也是取之不尽的能源。在美国、法国和日本等地,水电、核电等可再生能源得到了很好的应用。希望中国也能够支持本地的太阳能发电。”

本地化起步须待一年后

“未来三到四年,我们会有一些本地化的生产。”马斯克在最近两天接受采访时,都提到了特斯拉在中国设厂生产的计划。事实上,自从特斯拉进入中国接受新车预定,资本市场围绕在其身边的传闻就一直不断,锂电池、电解液、轮胎等行业的上市公司不时会传出“与特斯拉合作”、“进入特斯拉产业链”等传闻。如今,计划本地化生产的消息无疑让特斯拉“中国合伙人”的猜想更加热烈。

“关于与中方的合作,以及本地化生产,目前仍处于考虑的早期阶段,详细的计划可能要到一年之后才能出来。”即使是善于将想法变成现实的马斯克,也对未来的本地化生产出言谨慎。他将现在的特斯拉比喻成婴儿时期,在真正走路和跑起来之前,先要走得更扎实。

从目前来看,特斯拉如果希望在中国设立工厂进行整车生产,确实存在着政策的障碍。目前,国内整车制造合资企业依然遵循着“外资持股比例不得超过50%”的规定,虽然在中国的汽车市场中,

已与投诉车主达成和解

尽管特斯拉缺席了4月21日开幕的北京国际车展,不过有部分预定了Model S的车主赶赴现场进行维权。事件的起因是,这些京、沪之外的车主质疑特斯拉没有按照订车顺序交付车辆,造成车主投诉的原因,一方面是生产供应不足,另一方面是国内部分地区充电网络等基础设施不足。

4月22日,“投诉事件”有了积极的进展。针对此前消费者抗议延迟交车的问题,马斯克表示,4月22日上午他见到了这些消费者,并进行了良好的沟通。他透露:“Model S在家庭或办公场所所需的充电设施很简单,其实就是墙上要有一个符合规定的卡槽。但这需要解决很多问题,包括物业沟通、线路改造等,特斯拉保证只要解决了充电问题就立即向消费者交付轿车,而他们也同意了我们提出的解决方案。”

中国联通将为特斯拉中国用户提供信息化服务

4月22日,中国联通网站发布消息称,在当日举行的特斯拉中国交车仪式上,中国联通与爱尔兰Cubic Telecom签署合作协议,共同为特斯拉提供汽车信息化全面解决方案。其中,中国联通主要为中国特斯拉用户提供汽车信息化服务。

据悉,在合作协议签署前,中国联通总经理陆益民会见了特斯拉CEO埃隆·马斯克,双方就如何进一步加强合作进行了探讨和交流。联通方面称,将依托LTE和WCDMA一体化网络为特斯拉中国用户提供汽车通信解决方案,实现导航、远程监控、多媒体、互联网浏览、通信等全方位信息服务。

庞大集团去年扭亏实现净利超2亿元

庞大集团年报显示,2013年公司实现营业收入639.85亿元,较上年同期增长10.71%;归属于母公司所有者的净利润为2.11亿元,而上年同期亏损8.25亿元,成功实现扭亏为盈;公司实现基本每股收益0.08元。

庞大集团认为,公司业绩好转,表明由新车驱动型向创新服务型的战略转变初见成效。2013年公司通过增设增值服务部门、开展培训、明确责任、指标分解、奖惩到位等方法,大力促进公司增值业务的发展,全年各大区、经营单位和各品牌都广泛开展了各项增值业务,取得了很好的效果,业务量大幅提升,收益提高。

对于未来,庞大集团认为,与富士重工业株

合资企业控制了国内超过60%的市场份额,其中大众、通用在国内的年销量都超过200万辆。但是,大众、丰田、本田、现代起亚、戴姆勒、马自达、三菱、标致雪铁龙等国际汽车厂商的本地化生产都离不开合资模式。在多个场合,马斯克都明确表示,用户体验是特斯拉最看重的因素,这也是其采取直销模式的初衷。一个对服务都不愿“撒手”的企业,又怎么会放弃整车生产的主动权呢。

对于特斯拉的本地化生产计划,根本目的在于降低产品的价格。特斯拉此次交付的Model S在美国只是一款中档车,但是由于进口税等原因,国内售价达到了较高的水平。如果能够像丰田、大众等企业一样实现在国内的生产,无疑可以大大促进中国消费者购买特斯拉产品的积极性。马斯克表示,特斯拉的汽车目前还是比较贵的,但是公司的目标一直是生产大众消费得起的电动车,未来计划将推出的第三款车实现量产,价格将能让普通消费者可以承受。

在交车仪式现场,每一位车主都有特斯拉工作人员陪同,对汽车使用进行详细的讲解。马斯克介绍,电动车需要做更多的解释工作,特斯拉需要解释电动车的好处是什么,有什么功能。“我们不能用传统汽车的销售模式来卖电动汽车,如果不去解释,消费者就没有动力,没有动机来购买电动汽车。从中短期来看,我们依然会重视与客户的直接联系。”

当然,这种重视用户体验的销售模式同样有弊端,由于需要了解客户距离服务站的距离,以及是否具备安装充电装置的条件等内容,特斯拉销售的流程和周期都远高于传统汽车。还有就是,特斯拉2012年生产了600辆汽车,2013年生产了2200辆,2014年预计要增长一倍,生产能力即使以这样的速度增长,其依然无法满足全球市场的订单需求。

此前曾有消息称,特斯拉美国高管与中国电信高层进行了会面,双方就车载无线网络接入进行了初步洽谈。洽谈的内容主要针对未来入华的特斯拉车型,中国电信将为其接入CDMA EV-DO 3G高速无线网络。但此后并没有双方合作的进一步消息公布。

此外,22日有消息援引“权威知情人士”消息称,特斯拉不会获得新能源汽车购买补贴,但将获得上海新能源车牌。而据上海市经信委方面消息称,目前并没有特斯拉获得新能源车牌的消息。(徐金忠)

式会社的合资公司斯巴鲁中国正式运营,为公司的长远发展奠定了良好基础。斯巴鲁汽车是公司利润的重要来源,公司入股斯巴鲁中国,成为斯巴鲁中国的重要股东,可以保证斯巴鲁品牌能够长期、稳定地为公司贡献利润。

公司在年报中同时剖析了存在的一些不足和问题。一方面,公司的商用车业务主要区域之一的山西、内蒙古煤矿生产仍未完全恢复,并且,公司为了控制金融业务风险提高了客户的首付比例和准入条件,使公司的商用车业务出现一定程度的下滑;另一方面,前期网站建设较快,收回投资时间长,财务成本较高,使公司的盈利能力不足问题凸显,尚需加大调整力度。(王小伟)



特斯拉创始人马斯克给中国首批车主颁发钥匙。

本报记者 车亮 摄

好奇的中国车主

□本报记者 刘兴龙

接下来的环节是邀请诸位车主找一下属于你们的钥匙在哪里?4月22日下午,北京酒仙桥附近某商务园内,特斯拉首批Model S交车仪式现场人头攒动,当主持人示意站在埃隆·马斯克身边的车主找钥匙时,围观的媒体和嘉宾出于好奇,蜂拥地冲破了警戒线的拦挡,挤到了崭新的Model S车身前。

好奇的不仅仅是现场的媒体和嘉宾。现场的一侧是惠普公司中国区总部的派单中心,在交车仪式过程中,这家世界上最大的科技企业的员工纷纷站在办公室窗前、楼梯间,关注着同样来自美国的高科技汽车企业。

有“钢铁侠”之称的创始人兼CEO埃隆·马斯克首次来华就受到了不少“粉丝”

的欢迎。4月21日,联想集团CEO杨元庆陪着录制了一场以创新为主题的对话节目,同样出现在现场的奇虎360董事长兼CEO周鸿祎则在微博上感叹马斯克“是个疯狂的偶像”。

作为一款与众不同的电动汽车,特斯拉打造的Model S吸引了全世界的目光,也让许多国内消费者心甘情愿掏钱购买。在它的客户名单中,包括了新浪CEO曹国伟、小米科技董事长雷军、地产大亨潘石屹等。虽然这些大佬没能现身4月22日的交车仪式现场,不过,从埃隆·马斯克手中首批接过钥匙的用户都是来头不小。中国证券报记者看到,亲临现场提车客户包括了汽车之家总裁李想、合一资本董事长许亮、著名央视电视制作人张涵、UC优视董事长兼CEO俞永福等。

发力新能源 完善产业链 自主谋创新

国内龙头车企三大战略谋转型突围

□本报记者 王小伟

伴随着中国汽车市场增速减缓、外资品牌竞争日益激烈以及新技术驱动倒逼,中国企业纷纷相继开启转型发展之路。在4月22日召开的中国汽车论坛上,一汽、上汽、东风、北汽等一众龙头车企在转型升级方面的战略部署悉数浮出水面。整体来看,发力新能源汽车、完善产业链布局和拓展自主品牌,成为中国大型汽车集团布局转型突围的核心战略。

全面出击 加速布局新能源汽车

广汽集团常务副总经理冯兴亚对中国证券报记者分析说,从2011年开始,中国汽车市场增速放缓,由快速发展期步入普及初期;与此同时,汽车产业相对能源、资源和环境的矛盾日益突出,倒逼车企不得不转型升级。

“2013年,广汽集团首次实现汽车、摩托车销量双超百万辆,同比增长超过40%,并首次跻身《财富》世界500强,但是前进途中也越来越感到压力。”冯兴亚透露,公司目前正在开展14个整车和17个动力总成项目的研发,涵盖乘用车、商用车及关键零部件等多个领域。“2014年,广汽集团将继续拓展和深化合资合作,丰富产品线,提高合资自主研发水平,加快规模化专业化发展。”

冯兴亚介绍说,目前广汽已经有60款包括纯电动、增程式、插电式和混合动力等在内的乘用车和商用车进入工信部示范目录,在2010到2013年,广汽先后向广州市交付各类节能和新能源示范汽车2000余辆。今后,广汽将按照“混合动力、插电式车型为重点,纯电驱动车型为主要战略取向,其他新能源车型持续跟进”的原则部署研发,着力突破关键与平台技术,分布实现产业化。

除了广汽集团之外,新能源汽车几乎成为所有龙头车企转型升级的“必备利器”。“继相继发布蓝图战略、红旗品牌、服务品牌之后,一汽集团在4月20日发布新能源汽车战略规划,明确了产业化发展的思路、目标和措施,全力打造安全、环保、智能的新能源汽车卓越品牌。”一汽集团相关负责人向中国证券报记者介绍。

该人士介绍说,一汽集团目前已经搭建了完整的新能源体系架构,总人数1200人,同时制定了新能源汽车整车和关键总成产品开发流程以及支撑流程运行的设计规范500余项,试验验证标准300余项。在核心技术开发方面,一汽集团也已经攻克了261项技术难题,建成了国际先进水平的新能源汽车整车、电机、电池、电气和电控系统的实验与试制基地。目前集团已经生产欧朗EV等新能源汽车产品,今后一汽集团将积极推进新能源汽车

的规模化、产业化和商业化发展。

中国证券报记者同时获悉,一汽集团将采用“三步走”方式实现成为新能源汽车的领跑者目标:到2016年,初步形成电机、电池系统的产业化能力,完成重点车型的商品化开发;到2018年,实现新能源产品规模化、产业化,支撑企业四阶段燃油限值目标实现;到2020年,完成全系统新能源产业化准备,具备批量投放能力,占据全国15%以上的市场份额,成为中国新能源汽车的领跑者。

此外,北汽集团控股的北京新能源汽车股份有限公司也于日前正式挂牌,比亚迪储能系统也于日前获得全球首个CSA认证,一众车企对于新能源汽车产业不仅信心笃定,而且在操作方面呈加速布局态势。

前后延伸 借产业链做大规模

除了炙手可热的新能源汽车之外,向上下游延伸产业链,也成为龙头车企最钟爱的转型手段。

打造零部件平台,是北汽推进集团化战略的重要一环。北汽近年来相继收购了海纳川和英纳法,但北汽集团常务副总经理韩永贵仍表示,北汽集团将继续打造完整产业链,实现整车与零部件的协同发展。

“在打造完整产业链方面,北汽集团的发展战略主要体现在三个方面,集团化与市场化同步推进,外延增长与内涵增长均衡发展,本土化与国家化协同发展。北汽集团将充分利用产业链的聚合发展和整零协同,带动集团业务再上台阶。”韩永贵表示。

广汽集团常务副总经理冯兴亚分析说,车企在完善产业链布局方面,不仅指向前端的零部件,实际上,汽车产业链的盈利和增长空间正在逐步向服务领域转移,因此,积极发展新业务、寻找发展蓝海、实现先进制造业与现代服务业的融合发展,将成为广汽集团今后的方向。“广汽集团将积极发展高端服务业,致力于打造完善的汽车产业链。”

以集团的国际化发展为例,今后广汽的国际化发展将包括产品、投资、融资三个方面,力争实现海外销售规模化、资源整合全球化和资本运营国际化。“今后,单纯的整车制造将不能成为广汽的全部,相关上下游产业对广汽集团的利润贡献将日益突出。”冯兴亚对中国证券报记者表示。

除了向上下游延伸之外,横向并购也成为汽车企业做大做强有效路径。东风汽车在今年3月底向PSA注资8亿欧元,与法国政府和标志家族并列成为PSA的第一大股东。双方表示,将加速推进位于武汉的合资公司神龙汽车的发展,提升其产销规模,到2020年

实现年产销150万辆的目标。

自主创新 自主品牌有望持续发力

长安汽车集团副总裁刘波表示,中国自主品牌汽车近年来始终处于竞争中前进的状态。“中国汽车技术在进步,能力在成长。”刘波分析说,以汽车研发为例,中国车企正在实现从汽车结构开发到性能开发,再到品质开发,最终实现平台开发,以达到规模效应的过渡。

但在前行的同时,中国车企自主品牌车型的压力也在增加。“中国品牌在总体规模上与跨国品牌差距较大,虽然中国品牌车型数量较多,但是畅销车型少,盈利等方面还远弱于合资品牌。整体来看,国际资本以40%的投入占据50%的市场份额、攫取70%的利润,中国自主品牌还难以企及。”

在刘波看来,未来5到10年,仍然是中国品牌汽车发展的黄金时期,也是最后的发展机遇期。唯有大力发展自主创新,提高核心竞争力,才可能打造出世界一流的汽车企业。“长安集团将深入开展效率倍增和价值创造理念,用3年的时间将效率提升50%。同时,未来要将节能、安全、市场、智能化,打造成产品领先的技术标签。”刘波表示。

在自主品牌方面,中汽协秘书长董扬称赞广汽集团的传祺车型是一个“奇迹”。根据冯兴亚介绍,传祺在2013年实现产销8.5万辆,同比增长超过150%,实现盈利2.5亿元。“这成为国内首个运营3年即实现盈利的自主品牌。预计十二五末期广汽将初步构建起自主系、日系、欧美系三大整车系列三足鼎立的发展格局。”

对于未来部署,广汽集团方面表示,将全力推进“大自主”建设,坚持以市场为导向,以创新为支撑,以产品为驱动,实现自主品牌一体化统筹和差异化发展。“集团在着力提升自主创新和对自主核心技术竞争力方面,还将有所动作。”

对于发展自主品牌,广汽集团建议,国家层面设计专项基金,对汽车核心技术和关键零部件创新给予一定的资金支持,同时引导金融机构加大对自主品牌发展和出口的信贷和融资支持。

东风汽车也将在自主乘用车方面着重布局。公司战略规划处处长李勇对中国证券报记者分析说,40多年来,东风商用车一直引领市场,开发出东风140等代表性产品,但是受商用车市场需求增长不足的影响,近年来东风商用车销量增长缓慢。公司自主乘用车发展起步较晚,虽然在MPV领域和合资自主方面有一定优势,但是东风品牌轿车和SUV方面仍需要加强。“东风汽车十二五目标是销量向500万辆迈进,通过加快自主发展步伐,东风汽车致力于建设国内最强、国际一流的汽车制造商。”