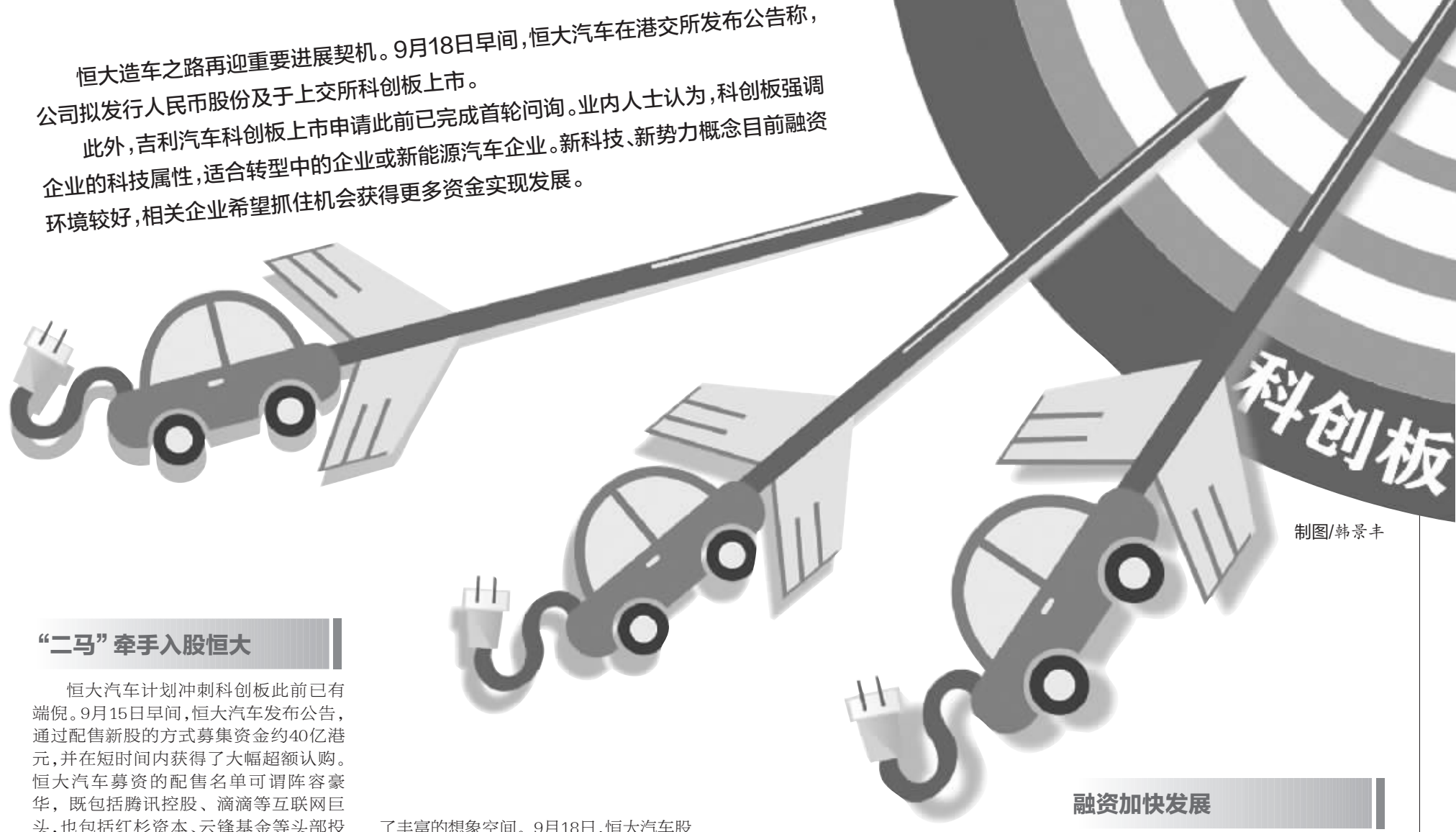


车企摩拳擦掌扎堆冲刺科创板

□本报记者 崔小粟



“二马”牵手入股恒大

恒大汽车计划冲刺科创板此前已有端倪。9月15日早间,恒大汽车发布公告,通过配售新股的方式募集资金约40亿港元,并在短时间内获得了大幅超额认购。恒大汽车募资的配售名单可谓阵容豪华,既包括腾讯控股、滴滴等互联网巨头,也包括红杉资本、云锋基金等头部投资基金。

腾讯控股的背后有马化腾,云锋基金是阿里巴巴集团创始人马云发起的私募股权基金。近年来,腾讯、阿里巴巴等互联网巨头争相布局新能源汽车。2017年腾讯以217.67美元/股的价格收购特斯拉816.75万股,成为特斯拉第五大股东。而阿里巴巴投资的小鹏汽车已在纽交所上市,成为继蔚来汽车、理想汽车之后的中国第三家在美上市的造车新势力企业。

业内分析人士表示,恒大汽车的此番动作获得了“二马”的支持。作为中国互联网网两大巨头兼竞争对手,马云和马化腾联手投资恒大汽车,一定程度显示出两大互联网巨头有意联手推动恒大汽车站在新能源汽车风口。

汽车行业资深分析师梅松林对中国证券报记者表示,智能电动车已经进入全球发展时代。今年以来,中国新能源汽车市场已经从以政策推动为主的toB业务转向了以消费推动为主的toC业务。这是一个明显的信号,转向toC电动车行业才能真正进入到主流消费市场。加之特斯拉的带动,无论是消费市场还是资本市场,智能电动汽车都受到了认可。

恒大汽车市值目前不到2100亿港元。在豪华阵容投资者的推动下,随着恒驰明年下半年量产,恒大汽车给资本市场带来

丰富的想象空间。9月18日,恒大汽车股价有所回落,截至收盘跌幅为4%,市值为2074亿港元。

恒大造车之路再迎重要进展契机。9月18日早间,恒大汽车在港交所发布公告称,公司拟发行人民币股份及于上交所科创板上市。

此外,吉利汽车科创板上市申请此前已完成首轮问询。业内人士认为,科创板强调企业的科技属性,适合转型中的企业或新能源汽车企业。新科技、新势力概念目前融资环境较好,相关企业希望抓住机会获得更多资金实现发展。

新能源汽车成为恒大汽车重要业务板块。8月26日,恒大健康发布公告称,公司简称由“恒大健康”更名为“恒大汽车”。自2019年进军新能源车市场以来,恒大汽车通过大手笔的“买买买”,完成了技术、资质、电池、销售、人才等汽车上下游产业链布局,获得了整车制造、底盘架构、动力总成、轮毂电机、动力电池等领域的核心技术。恒驰首期六款车型此前亮相,上海、广州两大生产基地全线进入安装调试,计划明年下半年陆续量产。汽车销售方面,恒大表示,公司已入股全球最大汽车经销商广汇集团,营业网点超过800个,正在快速筹建恒驰汽车展示体验、销售、维保三大中心,包括36个展示体验中心、1600个销售中心、3000个自建及授权维保售后服务中心。目前,公司新能源汽车业务尚未盈利,恒大汽车的资金投入仍源源不断。恒大汽车CFO潘大荣在中期业绩发布会上表示,恒大集团2019年投入147亿元,2020年上半年投入30亿元,预计2020年下半年投入

投资规模大

27亿元,2021年投入90亿元。2022年之后,随着汽车的量产与销售,集团将不再对其进行投入。预计2019年至2021年恒大造车总投入294亿元左右。乘联会秘书长崔东树向中国证券报记者表示,近两年恒大汽车的投资额度逐渐减少,但投资规模仍相当大。“我们造车要技术没技术,要经验没有经验,可以说是‘一穷二白’,我们要开辟一条不一样的造车之路。”2019年11月,恒大集团董事局主席许家印表示。按照规划,恒大将研发14款新能源车型,并于2021年底至2022年初实现批量投产。此前,鲜有车企在尚未量产任何车型时就放出如此规划。

梅松林向中国证券报记者表示,恒大选择的造车之路与其他企业不一样。“企业通常先推出一款产品,根据销售情况循序渐进再推出第二款产品。生产方面,选择先代工,再慢慢自建工厂、搭渠道。但从恒大一次性发布6款新车、建设多个生产制造基地、大量铺设销售网络、多方收购的举动看,恒大并没有选择滚动式发展,而是采取大规模作战的打法。这样可以短时间快速占领市场,但资金需求庞大。”

广汽新能源总经理古惠南:以“有情感的产品”占领更大市场

□本报记者 宋维东

广汽新能源汽车有限公司(简称“广汽新能源”)总经理古惠南日前接受中国证券报记者采访时表示,作为广汽集团秉承自主创新的体系优势、面向未来发展成立的创新科技公司,广汽新能源将紧紧抓住未来汽车发展趋势和变革方向,聚焦前沿科技,把“科技+好玩”作为产品发展方向,进一步提高产品力,全面提升驾乘体验,以“有情感的产品”占领更大市场。

聚焦前沿科技

中国证券报:公司的产品有何特点?
古惠南:广汽新能源自成立以来,就遵循“电动化、智能化、网络化、共享化”趋势来打造产品。公司联合投资商共同打造了全新的广汽智联新能源汽车产业园。特别是公司生产的埃安品牌车,就是在电动化领域全面推进的举措。

随着汽车智能化和网联化的不断深入,汽车作为交通工具的属性逐步演变为智能出行终端。例如,我们生产的埃安LX,在全球范围内率先实现L3自动驾驶量产,第一个在L3自动驾驶领域使用中国版高精地图。此外,AR实景导航、一键遥控泊车等功能都处于市场领先地位。

这两年特别是疫情期间广汽新能源实现了高速增长,这与产品定位密切相关,“EV(纯电)+ICV(智能网联)”是发展方向。公司始终聚焦先进科技,品牌埃安

(AION)本身的含义就是“智能在线”。面对未来汽车行业发展趋势和消费者喜好的变化,我们要把最先进的科技武装到车上,打造智能车,让“科技+好玩”成为产品的发展方向,让消费者真正享受到科技带来的乐趣。

我们的品牌口号为“更聪明的陪伴”,车要变得更聪明。这种“聪明”是有情感的,可以陪伴的。这是我们朴实的愿望。

中国证券报:公司产品销售情况如何?
古惠南:公司产品深受消费者欢迎。以埃安S为例,销售势头很好,在很多城市都在销售排行榜前列,有的城市甚至脱销。

今年6月上市的埃安V销售情况比预期要好,7月份交付了1000台,8月份交付超过1800台。我们会朝着更高的目标前进。值得一提的是,埃安V拥有很多先进的智能科技,后续会逐步实现量产搭载,在紧凑型SUV细分市场具有很强的竞争优势。

发力中高端车型

中国证券报:新能源车发展当前存在哪些痛点?
古惠南:以前,新能源车的主要痛点是续航,现在续航不是特别大的问题,不少车型的续航里程能达到或超过600公里。在国内,除了新疆和内蒙古,消费者驾驶新能源汽车在本省范围或近省的跨区域旅游已经不成问题。

充电方面,痛点是便利性。尽管国网、南方电网在主要的高速公路都铺设了充电桩,解决了远途出行的问题。但很多时候,充电桩位置被占用没法充电。其中,有安全的考虑,也有利益的考量。如何大量普及充电桩是时下的一个痛点,这是解决充电便利性的核心问题之一。这个痛点必须由政府牵头才能有效解决。另一个痛点是残值问题。近年来,电池技术取得了不小进步。如果考虑到新能源车要使用10年,电池寿命衰减仍是一个痛点。此外,冬季续航问题需要逐步破解。成本方面,除了车身、技术、电机效率等方面需要改进,电池成本还要进一步降低。质量和安全也是需要重点考虑的问题。目前,新能源车安全问题仍时有发生,这不单是车本身的问题,和车主的使用习惯及对应应用场景预判不够也有关,需要共同来面对和解决。

中国证券报:广汽新能源如何布局?
古惠南:我们将充分发挥自身的资源和研发优势,在中高端新能源车领域集中发力。包括目前的车型以及明年要推出的新车,单看轴距,最小也在A级以上。A0级以下的车目前不是我们聚焦的方向,公司会聚焦A至C级路线,把打造中高端车作为核心发展方向。中高端是我们的强项。广汽拥有20多年的合资合作经验,比较适合聚焦中高端客户群。

中国证券报:如何看待新能源车市场发展趋势?
古惠南:今年以来,新能源车市场已开始洗牌。目前新能源车主流车型销量还在增长。广汽新能源的销量一直都在增长,即便在2月份疫情严重时期也在增长。这充分说明只要有好的产品,市场就有需求。今年下半年,新能源车整体市场出现了扭转,开始增长。全年未必能够超过去年的增长幅度,但第四季度的增长可期。此外,不少地方和车企推出了汽车下乡活动。这是一个好的途径,无论从成本还是体验角度看,电动汽车下乡都是很好的做法。这个市场很大,蕴藏着巨大的机会。

中国证券报:如何看待“车电分离”模式和当前备受关注的氢燃料电池?
古惠南:车电分离有物理分离和商业模式分离两种方式,我们着重说明物理分离方式。埃安S也有换电版,广汽新能源有这项技术。但完全的物理分离模式能否解决电动车的推广和应用问题,这条路还在探索。当前,电池技术发展很快,半固态电池、固态电池更新换代也很快。未来,电池小型化、轻量化后,寿命衰减和冬季续航问题会得到逐步解决。该领域会发生哪些变化,需要行业内进行深入的探索,目前还不能完全下结论说这种做法好还是不好,但作为新生事物不妨去尝试。氢燃料电池发展目前的一大趋势是“乘用车电动化、商用车氢燃料电池化”。我们会紧紧围绕政策调整和市场变化,加大相关领域的布局力度。广汽也有重卡商用车,不会放弃氢燃料电池技术路线,公司会以积极的态度进行布局。

融资加快发展

今年4月,红筹企业境内上市市值门槛,在原有的“不低于2000亿元人民币”标准上新增一条,将市值200亿元人民币以上,且拥有自主研发、国际领先技术,科技创新能力较强,同行业竞争中处于相对优势地位的公司囊括其中。

凭借这一政策红利,吉利汽车于今年6月宣布申请在科创板上市,拟募资200亿元。9月17日晚,上交所网站披露了吉利汽车控股有限公司科创板IPO首轮问询回复。另有消息传出,威马汽车近日完成D轮融资,或于明年初冲刺科创板。

对于车企扎堆计划在科创板IPO的举动,梅松林认为,特斯拉在美国资本市场获得认可,加之蔚来、小鹏、理想等造车新势力在美股的表现,让中国资本市场和车企看到了可以期望的未来。车企要真正做大做强,需要更多资金以扩充产能、开发产品、建设品牌、扩充渠道、招募人才。

崔东树认为,目前,车企都在向新四化(电动化、智能化、网联化、共享化)方向转型,资本市场对新四化概念也很认同。科创板强调企业的科技属性,适合转型中的企业或新能源汽车企业发展。总体而言,新科技、新势力概念的融资环境较好,相关企业也希望抓住机会获得更多资金实现快速发展。

地平线副总裁张玉峰:车规级AI芯片门槛高

□本报记者 崔小粟

地平线副总裁张玉峰日前接受中国证券报记者采访时表示,芯片行业上下游产业链有很多关键环节和“玩家”,需要产业上下游的高效协同与合作。车规级AI芯片是一个高门槛、要求严苛的领域,需要长期的积累和持续的打磨。

需要长期的积累

中国证券报:芯片领域面临的机遇和挑战分别是什么?

张玉峰:最基础的层面是车规级芯片在宽温湿度范围的一致性、可靠性,行业对功能的安全层面非常看重。目前讨论较多的是预期功能安全和网络安全,我们在和全球Tier-1合作伙伴的沟通过程中了解到,他们极为关注网络安全,我们在芯片的迭代中也加入了更多网络安全相关组件,以实现更高级别的网络安全能力。

中国证券报:如何评价目前国内车规级AI芯片发展现状?有哪些瓶颈需要突破?

张玉峰:主机厂对芯片的采购和使用非常关注国产化。地平线在国内属于第一家实现车规级AI芯片前装量产的企业。从全球看,目前只有三家企业实现了车规级AI芯片的前装量产,分别是英特尔Mobileye、英伟达和地平线。

地平线的车规级AI芯片今年3月份实现前装量产上车,已经被长安汽车UNI-T车型应用,今年6月份已正式交付消费者。同时,这款芯片的前视ADAS方案在最新发布的奇瑞蚂蚁车型上实现前装量产落地。今年以来,地平线已经签下来自各大汽车集团的十余款定点车型。

从产业发展层面看,芯片行业上下游产业链有很多关键环节和“玩家”,包括EDA的设计工具、晶圆厂、封装厂,需要整个产业链上下游的高效协同与通力合作。车规级AI芯片是一个高门槛、要求严苛的领域,需要长期的积累和持续打磨。

单车智能很重要

中国证券报:地平线在汽车自动驾驶领域有何发展规划?

张玉峰:预计到2025年中国市场ADAS装配率可以达到70%。车载AI芯片是智能汽车的数字发动机。以车载AI芯片为基础,地平线面向智能驾驶和智能座舱的场景提供相应的智能化解决方案,预计未来三四年可以在主流主机厂的各个车型中实现AI芯片的量产搭载,加速汽车智能化进程。

中国证券报:国内自动驾驶实现方案与国外相比存在哪些差异?

张玉峰:国情不同是导致差异的重要原因之一。基础设施建设投入力度及落地效果存在差异。此外,国外道路状况相对简单。车路协同技术可以给单车提供额外更高的安全和统筹协调,可以解决超视距感知的问题等。从技术上看,我们需要把单车智能做到足够高,让单车可以不过度依赖基础设施,应对其中的风险,包括无线网络的稳定性、基础设施的标准化等。一定程度实现车路协同之后,可以把整体数据进行统筹处理,然后分发给交通参与者,从而提升整体的安全保障和出行效率。

单车智能是必须要解决的重要课题,车路协同则是重要的加速手段。如果能够首先区域性地将车路协同做好,支持车辆在更低成本下实现自动驾驶,可以推动产业快速发展。

围绕汽车主赛道

中国证券报:AI领域除了汽车赛道,其他方向如何发展?

张玉峰:从地平线的远景规划看,我们要打造自主机器人的计算平台和操作系统。当前最有可能实现规模化、产业化的自主机器人方向就是智能汽车,所以我们把汽车作为主赛道。目前,我们大部分精力都放在汽车领域,未来一段时间会紧紧围绕汽车行业,赋能Tier-1和OEM加速汽车产业智能化。

作为一家AI芯片创业公司,如果在汽车芯片之外,还有能够大规模出货的业务方向,也是很好的机会。目前业界头部“玩家”——高通、英伟达都在非汽车领域有较好的发展。

我们把自动驾驶视为人工智能领域的珠穆朗玛峰,如果我们的产品和技术能够很好地满足自动驾驶要求,就可以比较容易地拓展其他领域。我们现在也有非汽车方向的应用——AIoT(智慧物联网)。预计5年-10年自主机器人时代即将到来,届时更多的细分应用会出现。地平线将赋能更多的应用方向。