

蔡洪平：以特斯拉的灭亡敦促汽车行业革命

■ 张宇星

电动车毕竟是个车，别太开玩笑，别太觉得就是互联网……当所有的“车王”都在转型，互联网造车的怎么活？假如还是特斯拉的模式肯定会死掉……要老老实实地向传统造车企业学习，学习供应链管理，而不要总是融资，总是观念，总是样车。

车毕竟是车，唯一能突破的是人的出行方式上的变化，而不是来自于车多么大、怎么好……

——汉德工业促进资本主席蔡洪平

主题为“全球治理挑战与中国角色”的三亚·财经国际论坛上，有着“首富园丁”、“中国民营企业海外上市之父”称号的著名银行家蔡洪平，在“新消费生态下的汽车产业创变之道”的主题论坛上，言辞激烈且十分坦诚地谈了他对新能源车和无人驾驶汽车的看法。

蔡洪平首先说，电动车要跑得远，轻量化是大趋势。据介绍，汉德工业促进资本已经实现了对电动车的投资实践，“我们投了一个汽车轻量化的企业”，他说。

关于无人驾驶，蔡洪平说，一个半月前，在旧金山开了一个专门的无人驾驶座谈会，我也“冒了大险”，第一次坐了无人驾驶的车上了101高速公路，开了30多公里。我感觉，无人驾驶的时代比我想象的要快得多，很快就会到来。

他认为，现在看来，一个新的时代到来了，一场全球的汽车大革命开始了。我们投资界的想法有些不同。我们要多听各类最先进、最炫酷的信息，必然要看能够做大的，可以调动财富，有刚性需求的。



蔡洪平说，不久前，在法兰克福的车展上，我花三天时间看所有的“车王”都在干什么，其实他们都在做电动车。因为各国政府已经公布，德国在2025年，北欧是2030年，英国在2028年，也就是在十年之后，全球的燃油车“险些”就没有了。虽然这个我不大相信，预计还会保存百分之四十，但这个“海潮”毕竟到来了。因此，传统汽车产业面临很大的冲击和压力。但是，当我看到奔驰的新能源车发出尖叫，美轮美奂……电动车毕竟是个车，别太开玩笑，别太觉得就是互联网。并且车是在所有消费品里最挑剔的，宝马的新能源车也一样，也有十多个新车。因此，所有的“车王”都在转型，他们要变过来了，我们互联网做车的怎么活？假如还是特斯拉的模式肯定

会死掉，以特斯拉的灭亡来敦促传统汽车行业界的革命，让他们动头脑做智能车。为什么特斯拉做不大？能做到年生产10万辆算你有本事。

他说，无人驾驶的发展也很快，但汽车、电动汽车、智能汽车、车联网，假如这一波发展我们只是赶时髦，只是解决动力问题，中国企业会死掉的，你基础做不过“车王”。车毕竟是车，唯一能打破的是在人的出行方式上的变革，不是来自于车有多么大、怎么好……比如智能驾驶或无人驾驶、共享汽车、车联网，因为这三个技能在全球没有可比的，中国有一批QQ主，80后、90后，这代人生活在互联网上，滴滴打车在中国那么发达，他们喜欢这样的生活方式。共享车，车子不要太好；当然，

一些私家车不会共享……今后的汽车分四类：休闲车、私家车、通勤车、辅助生活车，最可能会被替代的是通勤车，而辅助生活车也会被替代。中国最大的希望在于我们的互联网深入人心。中国这一代人的消费方法，是导致车辆应用和出行方式革命的最大出发点，当自动驾驶已经达到L4级，千万不要仅仅考虑车的动力问题。所以，在这一点上特斯拉走了邪路，正在走向灭亡之路，假如达不到10万辆的年销量，照样还是亏损。

最后，蔡洪平提出三点建议：

第一，中国做电动车的新势力不是来自于国有企业。他说，我对国有企业做新车不抱任何希望，他们没动力要做这个工作。没有破釜沉舟的精神创不了业，不把自己的钱往里砸也做不到。

同时，做汽车的新势力不要炒概念，要脑筋清醒一点。应扪心自问，发改委的牌照拿到没有，工信部的资质拿到没有，接着才是造车。看清楚，汽车生产的关键是一个供应链管理问题，这里边“花样”多了去了，一级供应商、二级供应商……如果光是炒个概念，做互联网，是会死掉的，也会成为汽车人的笑柄。千万千万要留意，或许你年销售超过10万辆，你才是英雄，才会找到更多的投资。否则，除非你上市，特斯拉能活下来就是因为上市了，能融到钱。因此，你要老老实实地向传统造车的企业学习，学习供应链管理，而不要总是融资，总是观念，总是样车。

第二，政府要加大支持，补贴可以逐步取消，但必须要注意到，这是一个方向，不要那么快的取消，还要分别不同情况看一看。

第三，共享车时代到了，各级政府应该认真研究公共设施的配套，如路标、路桩等等。

11月车市环比增长10% 新能源发展需政策助推

■ 郭跃

日前，全国乘用车市场信息联席会(以下简称“乘联会”)发布数据显示：11月我国狭义乘用车销量为2472704辆，同比增长3.9%，环比涨幅为9.9%。11月车市的走高，符合起始于2015年10月的购置税优惠政策推动年末销量逐步加速走高的特点；但受工作日减少、众多车企难以完成全年目标而将重心放到明年等因素影响，12月的车市表现难言乐观。

同时，我国新能源乘用车市场虽然持续走高，但财政补贴对于新能源乘用车的严重偏低，以及“非私人用户购买的新能源汽车累计行驶里程超过3万公里才能领取国家补贴”政策对于车企资金成本的极大压力，将不利于我国新能源汽车产业的整体发展。

值得注意的是，11月车市环比增长近10%，是近年来表现较好的11月，也表现出了年末车市继续回暖的特征。同时，在去年同期车市已经进入爆发式增长的基础上，11月乘用车市场销量仍有同比3.9%的增长，表现好于预期，这也拉动车市全年增长率上升至2.3%。

11月，轿车、SUV、MPV销量环比都出现了明显增长，但仅有SUV车型继续保持同比、环比双增长，SUV仍然是车市增长的主要推动力；轿车市场受去年高基数影响，则连续第3个月同比销量出现负增长；持续萎靡的MPV，在本月成为销量环比增幅最大的车型，同比下滑趋势也有所放缓。

其中，SUV车型虽仍然保持同环比双增长，但其增速已现放缓趋势。11月，SUV车型共销售1085415辆，环比增长10.0%，同比增速则连续3个月出现下滑走势，本月下滑至12.9%的同比增速也拖累全年累计增幅下滑至16.5%。不过，11月，SUV车型销量仅落后轿车销量97601辆，完成对轿车销量的超越指日可待。

11月，轿车共销售1183016辆，环比增长8.5%，并且在去年同期超高销量基数的基础上，同比销量仅微幅下降0.2%，也使得轿车全年累计销量下滑趋势进一步收窄，1-11月，轿车共销售10337193辆，同比下滑幅度缩小至3.6%。对此，崔东树认为，新能源车型的持续热销，是支撑、带动轿车市场走稳的主要力量，11月新能源车销量达到8.07万辆，较上月增长1.6万辆，同比增长87%。

持续低迷的MPV市场则迎来了短暂的触底反弹。11月，MPV共销售204273辆，环比增长18.9%，是所有车型中环比增速最快的车型；MPV车型销量同比下滑也缩小至12.6%，不过其前11个月的累计销量仍有同比18.1%的下降，弱势格局明显。

而对于2017年最后一个月的车市表现，崔东树预测，12月有21个工作日，相较2016年同期少了一个工作日，加之年末最后两天正是假期，因此预计部分2017年销量将结转至2018年；同时由于2017年的购置税优惠力度不如上一年，因此销售压力也会大于同期；此外，各车企在年初对2017年销量预期较高，难以完成目标，因此2017年年末厂家们并不会尽全力冲击销量。综合以上因素，12月我国车市的表现或将较令人担忧。

11月新能源乘用车市场呈现出结构性走强的特征。11月新能源车销量达到8.07万辆，同比增长87%。其中，纯电动轿车增速达到71%，体现了区域市场的差异化拉动效果；而由于低基数的影响，11月插电混动车型销量则同比增长达到222%。

2016年度新能源汽车推广应用补助资金(第二批)公示信息显示，第二批补贴的167.6亿元中，162亿元是客车补贴，而乘用车补贴为5亿元，仅占补贴总额的3%，乘用车补贴额度严重偏低。

中国跨境电商快速兴起 行业发展仍需规范

■ 张意轩 王威

今年的“双11”与近期的“双12”，“海淘”再次成为热词，然而“海淘”货品的质量、售后等问题也引发了关注。日前，商务部等部门明确，从明年1月1日起，跨境电商零售进口监管过渡期政策使用范围扩大至合肥、成都等5个城市，并要求电商企业和平台认真履行相关责任，切实保障消费者权益。“海淘”到底有多热？如何促进行业规范，让人们买得放心？记者进行了调查。

海淘需求旺 消费观念升级、政策支持等加速了海淘发展

在今年的“天猫双11”全球狂欢节中，交易覆盖225个国家和地区，全球超14万个品牌的1500万种商品参与其中，显示了“全球购”的“威力”。据相关人士介绍，实际上，早在跨境电商进入公众视野前，“海淘族”就以出境购买、“人肉代购”、海外直邮等多种方式购买海外商品。

2010年后，中国跨境电商有了初步发展。近三年来大型综合电商平台开始发力跨境业务，越来越多的消费者得以接触到跨境电商。2014年，阿里上线天猫国际，亚马逊推出“直邮中国”等业务；之后，唯品国际、网易考拉、京东海外购等跨境电商品牌也应运而生，“足不出户买全球”逐步成为现实。

为何巨头纷纷杀入跨境电商？艾媒数聚CEO(首席执行官)张毅认为，庞大的出境游群体引发中国消费者了解到了世界各国的优质货品，为海淘的发展铺筑了道路；但从根本上讲，跨境电商的加速发展与中国人消费能力的提升和消费观念升级密不可分，“今天的中国消费者更乐于接受高品质、个性化产品，跨境电商赶上了黄金时代”。

此外，政策支持也是推动跨境电商发展的强大动力。2015年5月15日起，全国各地海关保持全年每天24小时的作业时间，提高了通关效率。跨境电商试点城市的设立、保税仓、海外仓的不断建设，都有效地提升了中国消费者的海淘效率。通过保税仓方式，一些海淘商品甚至可以做到“10分钟通关，部分城市当日达”。

据了解，随着中国与国际接轨程度的不断提高，中国消费者海淘产品的样式种类也逐渐多元化。京东数据研究院发布的报告显示，超过50个“一带一路”沿线国家的商品通过电商走进了中国。张毅也坚信，随着“一带一路”倡议在沿线国家的深入推进，跨境电商必将迎来新的春天。“预计今明两年跨境电商交易规模增速仍然能维持高位。”

平台“显神通” 中小跨境电商平台迎来发展机遇，传统代购受冲击

阿里、京东、亚马逊等大平台上市后，有人推测中小型跨境电商平台将很快无路可走。事实并非如此，虽然许多海淘用户选用综合性平台，但独立跨境电商平台也能凭借各自的独特优势，保持自身的用户黏性。

“这是因为跨境电商市场仍在快速发展”，网易考拉海淘CEO张蕾表示，“尽管竞争激烈，但行业整体仍处在高速发展阶段，会留给中小跨境电商平台很多机遇，前提是它们能够发现和确立自己的优势。”

在大型综合性平台中，网易考拉入局并不算早，却“弯道超车”取得了不俗成绩。张蕾认为，这与他们原产地批量直采的成本、仓储物流优势，以及在中间成本上实现的规模效益、网易媒体导流的流量优势等密不可分。

与海外直采模式相对应的是以洋码头为代表的第三方“买手”模式。洋码头在全球培

育海量买手商家，并通过大数据平台，将这种碎片化的供应链与用户的个性化需求对接。

其它电商平台也凭借各自优势“各显神通”。主要面向女性用户的“小红书”将社区与电商结合，用户在社区生产关于境外购物体验的图文内容，吸引并影响买家的货品选择；达令网则从礼物电商起家，主打帮用户海淘新奇、实用的货品。此外，一些专注特定垂直领域的电商平台也在领域内有着独特的竞争力，如蜜芽专注母婴用品特卖，豌豆公主主营日本海淘……

“相比之下，大平台往往拥有丰富的生态资源和电商运营经验，而独立型平台则有针对性地对特定品类商品，主打一定特色的功能和内容分享的优势。”张毅表示。

跨境电商的飞速发展无疑冲击了传统海淘方式。艾媒咨询数据显示，有约52.5%的用户选择使用跨境电商平台进行海淘，同时有40.2%、32.1%及28.5%的用户分别通过代购、微商及出国购买进行海淘。

“在正品保障、价格体验、物流速度等方面，以前的代购模式都有无法解决的痛点，也无法得到海外品牌方的支持”，张蕾认为，随着跨境电商与海外品牌方合作的深入，传统代购模式的生存空间将进一步被挤压。

乱象需共治 横跨多个部门，监管难度大，需多方合力

跨境电商飞速发展的同时，行业暴露出的一些问题也不容小觑。

此前，有媒体记者亲身体验过“海淘造假”：将价值400元的假货邮至海外，通过当地朋友开设的卖家账号在某平台售卖，随后用7000元将假货购回。假货绕过了买手认证、货源核查与物流监管的整个过程。对此，平台方的回应是“买家异常交易绕过监管机

制，而对于正常的交易，平台可以有效保障消费者利益”。

与此事的双方各执一词不同，今年5月“快递异地上线”黑色产业链被曝光，引发热议。事件中，知名快递公司旗下的部分营业网点帮助莆田某假鞋厂商伪造快递信息，国内发货摇身一变成了海外发货。

“‘快递单异地上线’背后，首先是商家造假，其次是快递网点为了超额利润进行物流数据造假的行为”，菜鸟跨境物流专家郦元表示，快递企业要加强对各自快递网点的管理，从系统、规则、管理等多方面彻底杜绝这种操作的可能性。

张毅认为，跨境电商监管往往横跨多个部门，难协调，监管水平总体偏低；在商品流通环节上，缺乏完整的追踪和抽查机制；此外，消费者维权申诉成本之高，对“作恶者”的处罚力度之低，更是让买卖双方处于不对等的地位。

事实上，“维权难”正是跨境电商用户吐槽的高发领域。有业内人士直言，消费者对跨境商品不了解，很难及时知晓商品的各方面信息，并及时做出判断；此外，跨境政策的特殊性以及部分商品的特殊性，加之商品需要清关、商品不能直接再次销售等多方面原因，跨境商品暂时无法做到与传统一般商品的同等售后标准。不过，该人士也指出，“这一点通过政府与平台间的合作，目前有了明显改善。”

如何扫除海淘假货和虚假物流？业内人士表示，法律和技术手段缺一不可，应双管齐下，对虚假信息进行严厉打击，对违反相应法律法规的行为进行严惩。郦元建议，“物流公司可以采集物流节点设备，通过数据分析出一些不符合业务场景、明显虚假的订单，并对不法商家进行清退。”张蕾建议，可以通过二维码等形式推动商品溯源，“但从根源上，还需推动平台、政府、品牌方和用户间的合力共治，营造良好环境。”

便民服务

独家代理机构：四川博纳文化传播广告有限公司

QQ:3329295109 收费标准:55元/行(13字1行)

广告热线 028-69959066

地址:红星路二段70号四川报业集团3楼310A

●成都鼎城文化传播有限公司重庆分公司(统一社会信用代码91501014MA5U1MMXL)，遗失税控盘，盘号499499935270651，声明作废。

●成都蓝奥文化传播有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:91510106MA6DF7DT0A)正副本遗失，声明作废。

●成都云界教育咨询有限公司营业执照正本(统一社会信用代码9151010508332216X5)不慎遗失，声明作废。

●股源集(上海)阿拉丁生化科技股份有限公司(统一社会信用代码91310000685518645K)开具给四川大学的上海增值税普通发票3份，发票代码3100162350，发票号码15138852、15138886、12045062，声明遗失。

●成都如锦酒店管理有限公司于2017年9月领取郫县万达广场商业管理有限公司定额发票120张(含存根联)，面值50元，发票代码15101165F001，发票号码06846451-06846570，现遗失，声明作废。

●金牛区型男乌托邦服饰经营部纳税人识别号51340119870804134001在2017年9月21日对中共四川省委办公厅机关服务中心开具的增值税普通发票14348655及14348656遗失作废。

●廖彦雯遗失位于四川省成都市锦江区下东大街义学巷60号恒大都汇华庭房契税收据，收据号0005774，金额13738.91元，声明作废。

●贺森遗失坐落于高新区中和会龙九组中德英伦世邦F区3栋1单元203号的房屋购房合同，备案号2358418，声明作废。

●都江堰市向峨乡东林村福顺畜禽养殖农民专业合作社，农民专业合作社法人营业执照副本(统一社会信用代码510181NA001112X)，组织机构代码证副本(代码:58758008-2)遗失作废。

●李旭文身份证65230119941002****于2017年12月10日不慎遗失，声明作废。声明非本人使用造成后果与本人无关。

●成都仲道科技发展有限公司企业营业执照副本(注册号:510105000011996)，国税税务登记证副本(川国税字510105672171435号)，地税税务登记证副本(川地税蓉字510105672171435号)，组织机构代码证正本(代码:67217143-5)遗失作废。

●锦江区春制男装店个体营业执照正副本(注册号510104600399114，经营者:王伟)，税务登记证正副本(税号152822198404266618)遗失作废。

●成都恩泽文化传播有限公司营业执照正本(注册号:510105000474418)遗失作废。

●唐利华纳税人识别号5109021961127466101在2017年10月26日对成都市锦江区柳江街道桂馨社区尚益社区服务中心开具的增值税普通发票10590166遗失作废。

●成都市金牛区鑫豪休闲服装经营部纳税人识别号51090219850129915001在2017年7月4日对成都铁路成都客运段开具的增值税普通发票10588887遗失作废。

●四川环雅林业开发有限公司(统一社会信用代码:91510000060310350B)营业执照副本遗失作废。

●成都鑫诚业商贸有限公司国税、地税税务登记证副本(川税字51010755643084X号)遗失，声明作废。

●四川省盛美新驰文化传播有限公司营业执照正副本(注册号:510104000261841)遗失作废。

●聚龙股份有限公司:本公司增值税专用发票(发票号码:00092745，发票代码:2100172130，发票号码:01681855，发票代码:2100162130)遗失，声明作废。

●成都升捷商贸有限公司公章(编号:5101009374408)遗失，声明作废。

注销公告

成都骄阳酒业有限公司股东会决议解散公司，请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区金沙路57号1栋向公司清算组申报债权。

成都骄阳酒业有限公司清算组

2017年12月12日

●成都博创公路工程设计咨询有限公司财务专用章(编号5101009045926)，法人章唐凯(编号5101009045927)遗失作废。

●成都龙邦科技有限公司组织机构代码证副本(代码:55358771-0)遗失作废。

●任卓2016年成都艺术职业学院室内设计技术专业毕业证书511324199506167852损毁遗失。

注销公告

成都奥地森信息技术有限公司(统一社会信用代码:91510100060089377P)经股东会决议，决定解散公司。请公司债权人自公告之日起45日内到成都市锦江区静宁路9号向公司清算组申报债权。

联系人:梁叶林13908059974

成都奥地森信息技术有限公司清算组

2017年12月12日

●成都云天航太科技有限公司营业执照副本(统一社会信用代码:91510106MA6C6C6URH4R)遗失，声明作废。

●成都再高生物科技有限公司通用手工发票三联(千元版)发票代码151011471001，发票号码04209826-04209850共计25份，遗失作废。

●成都市奥盛科技有限责任公司营业执照正本(注册号5101092003174)遗失作废。

●成都青羊区恒鑫数码通讯器材经营部遗失营业执照正本，注册号510105600062209，发证日期2008年12月15日，声明作废。

●喜泓成都医疗咨询有限公司公章(编号:5101060143747)遗失，声明作废。

●武侯区嘉航商务咨询服务部营业执照副本统一社会信用代码92510107MA62Q4FR9F遗失作废。

●成都梦语文化传播有限公司国税税务登记证副本川(税字510107098899009号)遗失作废。

●成华区杨文艳商贸部，营业执照副本(统一社会信用代码:91510108MA62N6JX2F)遗失，声明作废。

●青羊区香木芸茶楼营业执照正副本(注册号:510105600433254)遗失作废。

●李金荣，身份证号:513021198901060192，建筑工程专业安全员证，证书编号:1023000470048，遗失补办。

遗失声明

冯鹤鸣因居民身份证3段57号1803房，已缴营业税，税票号201010354093遗失。

●金牛区林星日用品经营部92510100MA6CLCFNXXR给成都腾赢广告传媒有限公司2017年07月04日四川增值税普通发票08571402遗失作废。

●成都御百健生物科技有限公司，公章(编号:5101009376549)，法人章游叶飞(编号:5101009376552)不慎遗失，声明作废。

●四川集达电力工程设计有限公司(统一社会信用代码:915101003940198896)发票领购簿遗失作废。

●成都蓉仕特汽车配件有限公司营业执照副本(统一社会信用代码:91510114MA61TDENXR)遗失作废。

●成都市瑞星母婴护理服务有限公司(统一社会信用代码:510100500041314)营业执照副本遗失作废。

●成都林木缘园林工程有限公司税务专用章(川(税蓉字510105395131928号)遗失作废。

律师提示: 本栏仅为供需双方提供信息平台，所有信息均为刊登者自行提供，客户交易前请核实相关手续和证照。本栏不对所刊登信息及其真实性承担法律责任。

金诺国际拍卖有限公司 拍卖公告

受委托，我公司定于2017年12月19日上午10时在金马网络拍卖平台(http://www.jinnajia.com)对以下标的进行公开拍卖，公告如下：

一、拍卖标的:报废资产一批(详见拍卖文件)。

二、竞买申请与登记:有意竞买者请于2017年12月14日前缴纳竞买保证金，并于拍卖会前办理竞买手续(不成交者三日不计算退还)。

三、展示时间、地点:自公告发布之日起标的所在地现场展示，12月15和18日安排现场看样。

四、联系方式:17608012199

五、报名地址:青羊区人民中路三段6号食品大厦5楼530

六、竞买资格要求:竞买人须具备相应省份环保部门颁发的《危险废物经营许可证》，经营废物类别须与《国家危险废物名录》一致，并不违背四川省环保部门的危险废物转移监管的通知要求。其他要求以委托人公告相关要求的为准。 金诺国际拍卖有限公司 2017年12月12日

●利宝保险有限公司四川分公司空白单证强制保险标志印刷单号31751000005511-5520单号3175100000551751000004051-4060交强险印刷单号1175100006591-6600遗失作废

●成都川林印刷物资有限公司原法人羊裔亮法人章(编号:5101000104881)遗失作废

注销公告

四川强瑞装饰工程有限公司(统一社会信用代码:91510100MA61RQB232)发源强瑞遗失作废

●青羊区川都家婆菜馆，营业执照正副本(注册号51010560149678)遗失作废。

●成都美兰朵投资管理有限公司锦江分公司税务登记证正副本(税号:510104097428141)遗失，声明作废

●成都爱尚健身服务有限公司发票专用章(编号:5101008628013)遗失，声明作废。

●成都富海冠臣投资管理有限公司在工行成都金牛支行三洞桥分理处的开户许可证(核准号J56510048749701，账号44087709000060018)遗失作废