

# 2013 版新能源车补贴政策或出 锂电池行业或迎爆发性增长

■ 阮晓琴

近日，在这里上了一堂特殊的“党课”，“中央国家机关率先使用新能源汽车专题研讨会”在中央党校召开。

会议邀请了科技部、国务院发展研究中心、中直机关事务管理局以及上汽集团、通用(中国)公司等政府及企业代表，就中央国家机关率先使用新能源汽车提出了要求。

会议透露，将在中央党校率先并扩大使用新能源汽车，这显示了政府推动新能源车发展的决心。

此前 2012 年 9 月 7 日，“新能源汽车中央党校体验中心”启动，吸引了在校学习的高级党政干部参观、试乘试驾，为来自全国各地的领导干部了解新能源车提供了一个窗口。

而汽车公司无疑更看中这堂“党课”其中的商机，在投资者互动平台上，针对投资者询问，“中央国家机关率先使用新能源汽车专题研讨会在中央党校召开，公司有参加这个会议么？新能源汽车中央党校体验中心 2012 年正式启动后，公司的新电源车有没有在试驾车里？”比亚迪公司积极回应，公司在努力推进包括中央机关和各级政府新能源汽车的推广。

## 新能源车补贴政策或出

有关 2013 版新能源汽车补贴政策即将出台的消息自从今年“两会”以来就不绝于耳。消息称，财政部、科技部、工信部和国家发改委四部委已达成共识：中国新能源汽车补贴政策计划再延长三年，并将扩大试点城市范围。

业内普遍流传的版本是，2013 版节能和新能源汽车补贴政策最大变动是将不再按技术路线来划分，而是根据节油率划分为 16 个档次，补贴下限为 3000 元。

一位熟悉锂电池行业的人士向记者透露，工信部和科技部补贴思路的不同影响了新政出台。“科技部主张用老办法即按电池容量的节油率来进行补贴，而工信部主张用节油率来补贴。”

据最新了解的消息称，新政策延续了对于新能源汽车的支持，但有所调整，新能源汽车示范推广试点将分为试点城市和试点区域，范围将扩大，补贴的下发形式也可能会调整。

此前 2009 年出台的新能源汽车补贴



政策并没达到预期效果。据中汽协数据，截至 2012 年底，25 个城市“十城千辆”示范工程实现汽车销售 274 万辆，占总汽车销售规模的 0.1%不到，与预计的 10%有很大差距。业界认为，“若仅靠政府公共采购，民用市场起不来，新能源汽车发展空间会极为有限。”

科技部电动车重大项目管理办公室认为：生产规模小、产能利用率不足、资金缺口大等因素制约严重都约了新能源汽车发展。目前比亚迪 E6 月销量徘徊在 100 辆左右。

今年以来，在新的新能源汽车补贴政策预期之下，投资人涌向动力电池产业，隔膜、六氟磷酸锂等对外依存度曾高达 80%的关键锂电材料生产技术获得重大突破，相关价格急剧下跌。动力电池成本占新能源汽车将近一半。锂电池降价后，新能源汽车产业化成本制约因素大大弱化。

## 锂电池市场迎“催化剂”

2013 版新能源汽车补贴政策尚未出台，但市场已经蠢蠢而动。

目前常用的二次可充电电池包括铅酸电池、镍镉电池、镍氢电池以及锂离子电池。有专家表示，虽然铅酸、镍氢在目前及未来数年仍占主导，但锂离子电池会快速抢占传统电池市场。

中国电网创始人、CEO 于清教介绍，从 2012 年底到 2013 年 6 月，受政策预期影响，锂电池投资持续增温，目前计划投资的项目到 2015 年时，将形成超过高达

50 亿安时的产能。按照目前国产乘用车动力电池一般装备电池容量 6000-8000 安时计算，估计可以装配 62-83 万辆纯电动汽车。

记者从多个投资者了解到，业界普遍的心态是，一旦新能源汽车兴起后，锂离子电池及电池材料市场有望出现爆发式增长。

此前，行业曾掀起一阵投资潮。据高工锂电数据显示，2008 年我国仅有 10 家动力锂电池企业，2012 年底达到 105 家。而澄星股份就是其中之一。该公司主营业务原是磷化工，2010 年设立天澄能源从事磷酸铁锂正极材料及电池生产，当时打出的口号是“打造国内一流大型动力电池生产企业”。2012 年 11 月，公司对外宣布，天澄能源成立至今生产经营无任何进展，决定解散并清算。

澄星股份挥泪斩锂电实属无奈。这一局面将随着特斯拉效应和新能源汽车补贴政策的落地而有望改变，一旦新能源汽车产业化推广步入正轨，目前貌似过剩的锂电池产能将迅速被市场消化。锂业行业专业机构高工锂电研究所高级分析师罗焕塔对记者表示，目前锂电池还处在刚刚起步阶段，发展空间将很大。

## 进口替代空间高达 10 亿

2012 年日韩生产企业六氟磷酸锂产能近 5000 吨，以六氟磷酸锂吨价 20 万元测算，进口替代市场空间约 10 亿元更为重要的是，今年以来，隔膜、六氟磷酸锂的国

产技术获得重大突破，未来进口替代的空间已经打开。

江苏国泰是国内锂离子电池电解液老大。2010 年以前，该公司最为苦恼的是电解液原材料六氟磷酸锂需要进口。六氟磷酸锂占电解液成本 50%左右，当时每吨售价为三四十万元，毛利率高达 75%。但那时国内尚没有企业能够生产六氟磷酸锂，市场基本被日本的 3 家企业森田化学、关东电化以及中央硝子所垄断。为了解决原料问题，江苏国泰决定自主研发六氟磷酸锂，2009 年 3 月左右进入中试程序。

2012 年 11 月，江苏国泰强行终止六氟磷酸锂项目的中试，直接建设年产 300 吨的六氟磷酸锂项目。按公司高管说法是，随着市场和形势的变化，如继续进行中试，可能会丧失市场机遇。实际上，2011 年以来，多氟多、九九久等已先后实现了六氟磷酸锂量产，并陆续上马千吨级扩产项目。

业内人士介绍，目前我国所产六氟磷酸锂的质量与日本企业还存在着一定差距，但差距正在逐渐缩小。此外，我国萤石资源丰富，六氟磷酸锂生产企业拥有显著的成本优势。据上海盛永国贸透露，国内电解液生产商已开始转而采购国产六氟磷酸锂。目前，上海盛永国贸已停止了对关东电化六氟磷酸锂产品代理业务。中国产能大量释放降低了六氟磷酸锂的市场价格：2010 年 33.5 万元 / 吨，2012 年最低 15 万元 / 吨，现价是 12 万元 / 吨。华泰证券分析师肖晖看好六氟磷酸锂市场空间，他认为，2012 年日韩生产企业六氟磷酸锂产能近 5000 吨，以六氟磷酸锂吨价 20 万元测算，进口替代市场空间约 10 亿元。

隔膜发展逻辑与六氟磷酸锂相似。2010 年左右，全球锂电隔膜主要由日本和美国企业垄断。据估计，2011 年国内锂电隔膜需求量约 1.7 亿平方米，其中进口锂电隔膜 1.22 亿平方米，占 71%。国内三家主要隔膜生产企业为金辉高科、新乡格瑞恩、深圳星源。金辉高科是国内最早量产隔膜的企业。

据介绍，从去年至今，国内隔膜生产商已经从十几家变成二十多家，包括上市公司沧州明珠、南洋科技、大东南等，开始攻关动力电池隔膜，其中沧州明珠正在量产。随着隔膜技术突破与国产化迅速提高，隔膜今年的价格同比已经下跌 33%。同样，进口替代的时机已经成熟。

# 国产手机逆袭 袭布局高端

■ 张斯 报道

近期，国产手机行业“洗牌期”将至的信号日益强烈。深圳大量中小手机企业因库存高企、资金链断裂而涌现倒闭潮；亏损成为所有国产手机厂商难以言表的痛。

在危机意识的驱动下，国产手机厂商开始谋变，发力高端。华为 P6、联想 K900、vivoXplay 等国产智能手机厂商已经在努力摆脱低端形象。而金立更是主动放弃已经成熟的三四线市场，中兴推出基于英特尔芯片的 GEEK“极致”智能手机，希望实现差异化发展。

## 中兴布局高端市场

“如今苹果、三星和 HTC 都遇到了瓶颈，中兴的机会来了。”中兴通讯执行副总裁何士友不久前称。

7 月 10 日，中兴通讯与英特尔、中国联通联合宣布新一代智能手机的战略合作计划，并合力推出基于英特尔芯片的 GEEK 极客智能手机。

“三星、苹果时下遇到的瓶颈是创新问题以及在高端市场上的疲软。”IT 评论人士孙永杰对记者表示，明年智能手机将逐步进入规模化生产的时代，也就是“后 PC 时代”。

何士友也有同样想法，“未来智能手机会演变成与 PC 市场类似的状况，因此，消费者会比较关注手机配置的芯片。”

据悉，英特尔已经开始在手机市场进行芯片独立品牌的营销，重拾“IntelInside”，准备在移动芯片领域进行大规模品牌营销。英特尔也表示，未来只在中高端手机上发力自己的芯片。

去年 9 月，中兴和英特尔就在欧洲联合发布了第一款产品 GrandXin。据何士友透露，截至目前，GrandXin 在欧洲销量超过 20 万部，对于 GEEK 极客手机的销量，他希望能在此基础上实现翻番至 40 万部。

早在两年前，中兴通讯就宣布进行智能终端战略转型，重心向中高端产品转移。今年上半年，中兴通讯推出了代表国产高端智能机的 GrandS 和 GrandMemo 系列手机。

今年 1 月，中兴在北京首发了 nubia 品牌首款旗舰机 nubiaZ5。中兴宣称，nubia 品牌定位高端市场，面向追求个性、渴望身份识别的消费人群。作为中兴通讯之外全新的高端独立品牌，nubiaZ5 采用了全新的营销策略和产品设计理念，拥有当前智能手机顶级的配置，剑指被苹果、三星等国际巨头垄断的高端智能机市场。

在何士友看来，“这个子品牌走的是精品路线，我们并不追求子品牌有多大的规模，因为我们是把它定位在一个未来能缩小与三星差距的产品，它的价格则会与 HTC 手机相匹配”。

据 Gartner 数据显示，中国 2013 年第一季度的手机销量增长 7.5%，其销量占全球手机销售总量的 25.7%。

## 金立放弃千元机

从 DVD 转行手机领域的金立，在智能手机爆发的年代决定再次转型，实现由“煤老板到小清新”的蜕变。

7 月 10 日，金立在北京发布年度旗舰新品 ELIFE6，推出 ELIFE 全新品牌的同时，还发布了 ELIFE 定制手机操作系统 Amigo。

这款手机对金立来说意义重大。金立董事长刘立荣对记者表示，E6 是 e-life 系列的高端旗舰产品，定位是既走量又树品牌，未来在国内要走精品路线。

事实上，早在年初的 MWC2013 世界移动通信大会上，金立集团总裁卢伟冰就曾透露过金立要做高价的产品。当时，他透露过一个数据，2012 年金立在 1500-2000 元价格段的中国智能机市场比例中排第三，在 1000-1500 价位段中排第四。

这样看来，金立要革自己的命，放弃原有的市场和目标人群。对此，卢伟冰称，这是顺应手机行业的发展趋势，智能手机的出现让手机行业进入年轻化时代。

他指出，金立要有放弃千元手机市场的想法，未来金立将不会再有 1000 元左右的产品销售。

据艾媒咨询报告显示，去年第二季度，中国智能手机市场上 1001-2000 元间的手机销售占比 45.8%，1000 元以下的手机占比 23.3%，千元机市场占比近 70%。

金立准备和市场背道而驰？“金立之所以很少推出 1000 元以下的产品，是因为消费者需要的是很好的产品而不是很便宜的产品。金立始终坚信只有品牌才有生存，而纯低端硬件配置没有溢价。”卢伟冰说。

众所周知，iPhone 之所以有高溢价能力，是因为苹果公司拥有软硬件一体的生态环境。金立也想通过软件主打用户体验。E6 采用基于安卓 4.2I 系统深度定制的 Amigo 系统，共包含了四个功能部分 NAVI(桌面系统)、PHONE(手机功能)、CARE(生活助手)、PLAY(娱乐体验)。

对此，IT 评论人士孙永杰认为，手机操作系统更多是生态系统，基于安卓的定制系统还不算独立操作系统，还需要厂商和开发者的支持。国内厂商做独立操作系统，无法保证市场占有率，但定制系统可以实现更好的用户体验。

# 重资产仍受推崇 物流行业整合刚刚开始

■ 李雷 报道

根据中国物流与采购联合会副会长、中国物流信息中心主任蔡进的预估，中国物流市场容量达 51 万亿元，国内大型物流企业的经营规模已超过千亿元。

如此庞大的市场规模，面对的却是极度破碎、零散的现状。仅仅在大票快运市场上，便零星地存在着十几万家物流企业，并且其中几乎没有资本超过 1 亿元的。

虽然网络化物流在整个物流业中占比并不高，但它开启了行业整合的大幕。“菜鸟网络”犹如那块投入静水的石头，让水下暗暗动作的物流企业翻涌而上，也激起了一波更大的涟漪。

## 整合刚刚开始

在嘉里物流(中国)执行董事耿昊看来，中国物流市场始于 80 年代末 90 年代初政府放开垄断时，而从 90 年代到 2000 年之后则是一个充分竞争的阶段，大量物流企业在此时出现。2008、2009 年经济危机之后，不断出现企业收购和并购的动作，整合迹象开始显现。

从 2002 年收购并成立嘉里物流英国公司和澳大利亚公司起，嘉里物流就踏上了一条遍及全球的并购之路。

通过频频收购整合，嘉里物流不仅盘活了郭鹤年价值逾百亿元的内地基础设施，还迅速建立起了一张覆盖全球的物流服务网络。

但物流帝国的出现并不意味着整个物流行业局面的改善。

普洛斯中国区董事总经理、首席投资官东方浩表示，目前中国人均物流仓储面积仅为美国的 1/12，并且适合现代化流通式操作的仓储设施非常的匮乏。以上海为例，适合现代化物流式操作的仓储设施只有 20%-40%，而大部分都是老式的物流



基础设施。

成本方面，美国的物流成本占 GDP 的比重为 8%左右，而在我国这一数字是 18%。“菜鸟网络”的建设似乎为整合行业资源、降低物流成本提供了可能。

用马云的话说，菜鸟网络计划在 5 到 8 年内，打造一个全国性的超级物流网，以便能在 24 小时内将货物运抵国内任何地区。

该网络的物理基础是遍布 2000 座城市的仓储网络，这也意味着几大快递公司在基础设施、运输网络、人力资源方面还需要进行相当力度的整合。

不过，也有人提出了质疑，比如安博中国副总裁王海龙就直言不讳地指出，“菜鸟”在仓库运营管理、合作伙伴竞争等方面还有很多问题亟待解决。“现在充其量是放开手跑马圈地，行业的整合才刚刚开始。”

## 重资产模式仍受推崇

在重资产为王的物流行业，轻资产企业到底有多大的机会？

北京汇通天下物联科技有限公司总裁翟学魂得到的反馈并不乐观。

按照传统物流行业的运营模式，企业要经历车辆购置、固定资产投资、市场开发等缓慢过程。单是一个物流基地的建设就至少需要 2-4 年时间，并且需要投入大量资金。

而轻资产模式并没有投资仓储设施、运力资源等资产，其着眼于高附加值的轻资产部分，利用信息技术手段整合物流资源、为顾客提供互联网平台服务。

由此甚至衍生出了第四方物流——通过调集、管理和组织物流资源、能力和技术，提供综合的供应链解决方案。但不可否认的是，面对“碎片化”的国

内物流市场，轻资产模式目前面临的不可控风险还是远远高于手握仓库、码头和车队为重资产模式，这也是后者仍然受到推崇的主要原因。

招商局集团有限公司走的就是一条典型的重资产之路。根据招商局国际 2012 年财报，其投资及运营的港口分布于中国的香港、深圳、上海等九大沿海城市，占据了完整的海岸线。此外，斯里兰卡、尼日利亚、吉布提、多哥及越南等国沿岸也均有布局。

而在备受瞩目的深圳前海深港现代服务业合作区，招商局集团主要参与筹建了招商保税物流园区。这个位于深圳、占地 53 万平方米的园区在 2012 年中已建成 6 座仓库，总面积达 30 万平方米，未来几年自有物流设施总面积可达 40 万平方米。

同样地，普洛斯掌握的土地面积也以万亩计，市值超过百亿美元。

就连一贯以“轻资产”著称的电商，现如今也先后走上了重资产的发展道路。

以京东商城和卓越网为例。前者 2009 年获得了 2100 万美元的外部投资，其中 70%用于自建物流体系，2010 年又将老虎环球基金的 1.5 亿美元投资拿出 50%用于提升仓储、配送和售后等服务。后者则在北京、苏州、广州等几大城市自建物流仓储中心，并且有自己的配送公司“世纪卓越快递”，负责北上广等核心区域的业务。

即便是以物联网技术和数据应用平台为中心的“菜鸟网络”，其 3000 亿的巨额投资和多达 2000 个的节点，也是典型的重资产先行模式。

对此，王海龙说，为了保证物流服务质量 and 可控性，越来越多的公司正在注重资产的投入。“今后的轻资产公司，除非有一个庞大的 IT 优化和整合网络做支撑，否则公司的竞争力会很弱。”