



## 打通中国市场 需破多重壁垒 万向或成 特斯拉中国合伙人

汽车界的“苹果”特斯拉日前公布了中国市场官方售价，配备85千瓦时电池组的Model S在中国的起售价为73.4万元，仅在其美国售价上增加了税费，这与其他豪华品牌在中国动辄三倍于国外价格的“中国式定价”相比，堪称“厚道”。在特斯拉官方微博于1月23日发布的公开信中，对这一“公正”的价格更是不吝美言。

不过，在汽车行业知名分析师张志勇看来，特斯拉在中国并没有真正的竞争对手，因此价格不应成为关注的焦点。此外，Model S想要在中国销售，还需解决充电桩、上牌、合法销售等问题。

### 无“竞争对手”可言

在公开信中，特斯拉表示做出这样的定价策略需要“相当的勇气”，希望“公平”地对待中国消费者，还把这一定价的计算方式“晒”了出来。

同时，特斯拉毫不留情地打了“竞争对手”一记耳光，称如此定价并不意味着Model S的价值不及“竞争车型”，而是因为“他们（竞争对手）在中国销售的每一辆车，利润是在美国或欧洲的两倍”。

去年下半年以来，对跨国车企利用政策漏洞在中国攫取暴利的报道连篇累牍，擅长营销的特斯拉创始人马斯克显然注意到了这一点。张志勇认为，在这一节骨眼上，特斯拉打出“公正”牌，是利用了国内媒体讨论的焦点，变相提升其品牌传播度。

特斯拉称，如果按照汽车行业在中国的惯例，完全可以把Model S在中国的价格定为美国的两倍以上。但我们决定不遵循惯例。现在这款车型在中国的价格与美国一致，多的只是不可避免的关税、运输费用和其他税费。我们甚至没有考虑汇率波动和Tesla(特斯拉)将在全中国建设Supercharger充电网络(供免费使用)的费用。

乍一看，这封信言辞诚恳，特斯拉俨然一个正义的化身，打破汽车行业在中国的惯例，还中国消费者一个“公正”、“透明”的价格。不过仔细一推敲，特斯拉所指竞争对手是谁？竞争车型又是什么？

众所周知，特斯拉走的是豪华路线，这在电动车领域尚属首例。如果说在美国，特斯拉已经对宝马等豪华品牌产生了一定冲击，但在中国，连充电桩、牌照等问题都没有解决的特斯拉，显然是没有“竞争对手”可言的。换言之，如果充电桩、牌照等问题没有打通，特斯拉在中国卖多少钱不是问题，能不能卖才是关键。

张志勇告诉《证券日报》记者，目前，中国的新能源汽车市场很多环节还存在非市场方面的因素，这些都需要特斯拉克服。“在中国，新能源汽车”地方保护壁垒”仍存在，不少企业生产的新能源汽车不是在全国各地都能销售。另外，在中国建充电桩需要与电力公司合作，很多企业免费给客户安装充电桩，但需要打通消防部门、物业部门、电力公司等多个部门。”

此外，与苹果一样，特斯拉采用的是直营的销售方式，但按照中国现有的《汽车品牌销售实施管理办法》，进口汽车要在中国销售必须有总代理商，直营模式是违法的。想要在中国合法销售，特斯拉还需建立销售公司，或者找一个销售公司做代理。

### 寻找“中国合伙人”

“在所有渠道都打通后，特斯拉也只会少数大城市建直营店进行销售。起初可能只会建一两个直营店试水。”张志勇说。

不过，特斯拉方面则显得信心十足。特斯拉全球副总裁、中国区负责人吴碧璋对媒体表示，虽然北京的体验店是目前特斯拉在中国内地的唯一一家门店，但公司计划2014年在中国开设10家-12家门店，包括建设门店和维修店，主要分布在一二线城市和沿海城市，还有一个西部城市。

马斯克也曾表示十分重视中国市场。他说，如果一切顺利，Model S在中国的出货量2015年将追上美国，成为全球第一。未来Model S还将实现中国本地生产，本地化生产后，仅关税一项，每辆Model S就将省下11.49万元。

要实现本土化生产，特斯拉需要寻找“中国合伙人”。而业内人士猜测，万向集团有可能成为其合作伙伴。有消息称，此前与李泽楷竞购美国电动车制造商菲斯科的万向集团，可能在高价面前却步，转而同特斯拉合作。万向集团董事长鲁冠球向外媒表示，公司在菲斯科资产竞购中占据优势，并且也同特斯拉电动车联盟合作保持开放态度。(陈妍妍)

# 政策市场两头热 新能源车今年有望马力足

新能源汽车从来都不缺市场的关注和热炒。马年伊始，从财政部等四部委传来新能源汽车补贴政策调整并在政策到期后继续实施的利好，结合春节前特斯拉成功进军中国市场等消息，市场人士预计在政策和市场两头都“热”的情况下，2014年新能源汽车及其相关市场或将“马”力十足，而这一趋势预计有望延续较长时间。

### 政策利好频现

2月8日，财政部网站发布消息称，财政部、发改委等四部委下发了《关于进一步做好新能源汽车推广应用工作的通知》，对纯电动乘用车、插电式混合动力(含增程式)乘用车、纯电动专用车、燃料电池汽车2014年和2015年度的补助标准进行了调整。调整后的补贴标准为：2014年在2013年标准基础上下降5%，2015年在2013年标准基础上下降10%，从2014年1月1日起开始执行。而在调整前，根据上述四部委发布的通知，今明两年补助标准在2013年标准基础上将分别下降10%和20%。

上述《通知》还明确提出，尽管现行补贴推广政策已明确执行到2015年12月31日，但为保持政策连续性，加大支持力度，上述补贴推广政策到期后，中央财政将继续实施补贴政策，并将另行公布具体办法。财政部网站同时公布了第二批推广应用新能源汽车的城市名单，包括沈阳、长春等12个城市或区域。

据此，市场人士分析认为，中央部委层面对新能源汽车补助政策放慢退出步伐以及继续政策支持的明确表态，将在未来一段时间内为新能源汽车行业的发展提供有利的政策环境，2014年新能源汽车销量甚至有望成倍增长。

事实上，新能源汽车的各项政策利好会从中央到地方层层而来。据悉，1月28日，作为首批新能源汽车推广应用城市之一，北京公布了国内首个新能源汽车管理办法即《北京市示范应用新能源小客车管理办法》，确定了对纳入《北京市示范应用新能源小客车生产企业和产品目录》的小型、微型纯电动载客汽车的补助标准，并将在2月发布北京市



民可选择的新能源汽车车型。1月6日，《天津市节能与新能源汽车示范推广及产业发展规划(2013-2020年)》正式获得通过，天津市将逐步在私人消费领域推广新能源汽车，并将推进相关充电设备等基础设施建设。

市场人士分析，新能源汽车的发展，已经成为“国家层面”的一大战略，结合目前日趋严重的空气污染和密集出台的污染治理方案等，新能源汽车未来将不会缺少政策支持。

### 市场热情高涨

与政策利好同时而来的，还有热情高涨的新能源汽车市场，国际、国内新能源汽车制造商都是这一市场热潮的参与者。分析指出，2014年的新能源汽车市场将继续火热，国际、国内新能源汽车制造商将继续争夺中国市场，这或将给中国汽车市场带来变革。

春节前的1月23日，美国电动车巨头特斯拉发布公告，正式宣布在中国推出其旗舰车型Model S的在线设计室，公告同时宣布，Model S85kWh在中国的起售价为人民币73.4万元，特斯拉正式启动在华销售。在去年11月举行的广州车展，宝马在华合资公司华晨宝马，推出了合资自主品牌旗下第一款新能源汽车产品之诺电动车，并将正式上市的时间定在今年。一汽丰田合资自主品牌朗世旗下的首款纯电动汽车也有望今年上市。

国内新能源汽车制造商方面也取得不错进展。截至2012年底，上汽集团在新能源汽车产业总投入已达46亿元，其中上汽荣威550插电混动车的研发投入达11.6亿元。在2012年北京车展推出后受市场关注的比亚迪“秦”油电混合动力车在春节后，已在部分4S店现车销售，无现车销售门店也已经开始接受预定。在新能源汽车制造之外，充电桩、锂电池

等相关产业同样成为新能源汽车的受益者。据悉，国家电网北京电力1月28日宣布从今年开始，北京市将打造5公里半径电动汽车充电网络，到2017年实现城区和郊区新城全覆盖。河北省电力公司1月20日公开表示，今年河北省将新建2个以上的电动汽车充电站和100个汽车充电桩，满足电动公交、出租车和其他电动车辆充电需求。动力电池生产方面，公开资料显示目前我国动力电池生产企业超过100家，总投资超过100亿元，总产能接近200亿瓦时。

市场人士表示，新能源汽车政策和市场的热度将持续较长时间，2014年新能源汽车及相关市场预计将马力十足。但市场人士同时指出，目前新能源汽车的市场销售情况仍存在较大不确定性，这或将影响整个行业的最终表现。

(徐金忠)

## 北汽与美国电动车公司合作推高端电动车

在空气污染和能源危机的双重压力下，新能源汽车成为未来汽车发展的重要方向。近年来，国家不断加大政策支持，也增加了国内自主品牌发展新能源汽车的信心。北汽集团董事长徐和谊表示，北汽集团将加快发展节能与新能源汽车作为企业未来发展的重大战略，逐步实现北汽发展方式的根本转变。目前北汽已经推出一款E150EV电动车，网通社从北汽官方了解到，未来北汽还将与美国Atieva公司合作推出一款与奥迪A6L同等级的高端电动车。而这家公司的创始人曾经是特斯拉公司的高管，美国Atieva公司在电动车技术方面拥有较强的实力。

日前北汽收购了Atieva公司25.02%的股份，以提升旗下新能源汽车的设计、研发和制造的能力。Atieva公司是一家研究、开发和生产电动汽车核心动力系统的高科技公司。对于这家公司大家可能比较陌生，但他的技术团队都是大咖级别的人物。公司技术团队人员大多曾就职于欧美汽车集团和硅谷高科技公司，高层领导更是特斯拉公司的前高管，其技术团队已成功开发了三千多辆新能源电动汽车，其中包括Tesla Roadster纯电动跑车、雪佛兰Volt增程式电动车和奥迪R8纯电动跑车。

一直以来北汽都非常重视新能源汽车产品的研发，目前已推出一款E150EV电动车，绅宝EV电动车也将于今年推向市场。



为发展壮大新能源汽车业务，北汽专门将新能源板块从北汽汽车新能源汽车有限公司独立出来，单独成立北汽新能源汽车股份有限公司。

在成功收购Atieva公司25.02%股份，成为其第一大股东后，北汽就新能源汽车的设计、研发、制造等项目与Atieva公司进行了一系列谈判。网通社从北汽官方了解到，未来其将于Atieva公司合作开发一款高端新能源乘用车，这款车将与奥迪A6L同一级别。目前，国内自主品牌电动车大多数为小型和中型电动车，该车推出后将成

为国内首款高端电动车。

2012年的北京车展上，北汽曾发布了一款C90概念车。该车轴距超过3米，是一款C级轿车，有望于年内上市。根据北汽之前推电动车的惯例，北汽这款高端电动车很有可能就是C90的电动版。

节能与新能源汽车已成为国际汽车产业的发展方向。根据北汽新能源产品规划，今后新能源车将分大、中、小三大平台。到2015年，北汽新能源汽车的销售规模预计将达15万辆，其中纯电动车占5万辆。

(林彦)

## 麦肯锡谈国际车企在中国：谁合作谁赢

据德国媒体报道，戴姆勒收购北汽汽车12%的股份。对此，麦肯锡咨询专家Paul Gao在接受德国《经理人》杂志的采访时建议其他国际车企加强与中国伙伴的合作：更深入的共同研发、从中国出口汽车以及在偏远省份设厂。他认为谁能够更好地与中国合作，谁就能够成功。

国际车企越来越依赖中国市场的利润，中国政府和人民却越来越不喜欢国际汽车品牌在中国的高售价。不过在Paul Gao看来，国际车企完全可以避免这个政策风险。比如，与中国合作伙伴一起研发中国政府感兴趣的电动车的新能源汽车，从中国向其他国家出口汽车等等。

有人认为是加紧与中国伙伴合作，甚至向别国出口汽车，将影响到国际车企在其他地区的工厂的生存问题。Paul Gao认为这个担心纯属多余。在他看来，中国市场还存在巨大的增长潜力，中国西部还需要大量国际车企去开拓。从新的五年计划来看，中国政府正在大力推动消费，推动不发达地区的发展，同时又得注意汽车增长与环境保护之间的关系。

而日益发展壮大的中国本土车企是否会影响到国际车企？对于这个问题，Paul Gao认为虽然在政府主导下，中国本土汽车业

形成了多个国家层面或区域层面的大型汽车集团，比如一汽、上汽、北汽等。在他看来，或许生产数量上中国本土车企能够占优势，但是目前这些企业尚无与大众、通用、丰田等公司竞争的实力。中国政府重组兼并汽车企业的目的也是让更多的中国人能够买得起车，并对其感到满意。但目前中国本土品牌并不能让中国人满意，与国际车企合资是它们夺取市场的必然选择，所以，国际车企谁能够与中国更有诚意地合作，谁就能赢得更多。

对于中国市场的增长潜力，Paul Gao也进行了预测。他认为常年保持20-30%的增长速度并不现实，但是却可长期保持接近2位数的增长速度。尤其是豪华车领域，其发展速度要优于整体汽车市场，年均增长速度达到10%以上并不太难。

此外，Paul Gao认为国际车企在中国赚取暴利的时代也即将成为历史。中国政府不欢迎国际车企在中国大陆的高定价，而品牌之间的竞争也越发激烈。

在Paul Gao看来，区域及社会发展不平衡的中国并非一个统一的市场，而是一片包含多个子市场的大陆。他认为国际车企要在中国取得成功，必须根据中国的实际情况改变营销策略。如果拿来类比的话，他认为北京

像英国、上海像德国，而远在中国西部边陲的新疆则像乌克兰。每个区域发展水平不一样，而销售策略也需要差异化：比如，在发达的北京和上海，消费习惯更趋近于西方国家，这些地方的消费者对大型以及加长的豪华车需求有限，但对宝马1系和3系等紧凑型豪华车充满兴趣，甚至像MINI和Smart等微型车，也越来越受欢迎。

由于中国幅员辽阔，人口众多，即便是一个大城市，其市场潜力也几乎与欧洲一个国家相当。Paul Gao认为中国能分成大约8-10个子市场，在每个子市场采取相对应的策略，才是国际车企获得市场成功的王道。他举例说比如在北京，由于雾霾污染严重，当地政府正在加紧限制新车数量以减轻污染，如果能在北京研发销售以电动车为代表的新能源车，必然能得到政府的支持。另外，到政府着力推动发展的地方去投资设厂也是一个好选择。他举大众到乌鲁木齐设厂为例，首先这符合政府开发西部的战略，能够得到政策层面的支持，其次，形成的宣传效应能够吸引当地大量的首次购车者，从而扩大消费群体。不过他认为，在这些正在发展中的区域，小型车比豪华车更受欢迎，尤其是那些定价7-8万的经济型车。

(日风)

## 广汽传祺 将建2家海外工厂 投产3款车型

奇瑞、力帆等自主车企相继布局海外市场，自主车企海外销售占比逐渐提升。广汽传祺于去年正式迈向国际市场，先后向科威特、智利市场交付约550辆。未来传祺还计划扩张出口业务，此前广汽乘用车公司总经理吴松对于传祺品牌在海外市场前景给予了明确回复，他表示：先实现海外重点市场的批量出口，再实现产品技术同步输出，随后建立本土合资工厂。广汽传祺建立海外工厂的规划已在紧锣密鼓的准备阶段，日前广汽集团内部人士向网通社透露：传祺品牌计划在俄罗斯和伊朗各建立一家全散件组装CKD工厂，并有望投产目前国内在售的3款车型。

现阶段在俄罗斯和伊朗两国，是全球汽车销量增速最快的国家之一，其中俄罗斯更是欧洲最大的汽车消费市场。吴松还表示：“因为传祺拥有在国内市场站稳脚跟的经验，我们对未来海外拓展充满信心。我们先期将以南美、中东、东盟、中亚等市场为突破点，后期全面进入北美和欧洲市场。”

广汽传祺在国内持续热销的SUV车型GS5、紧凑型轿GA3以及公务用车GA5等三款产品，这三款车型也是目前海外市场的销售主力，未来也将作为传祺海外建厂投产的首选车型。同时广汽传祺计划进军东南亚、澳洲以及美国和欧洲等18个国家。据广汽传祺国际业务部人士向网通社透露：目前除俄罗斯、伊朗外，还在积极洽谈沙特、秘鲁、尼日利亚以及哥伦比亚市场。

根据乘联会公布的数据显示，广汽传祺2013年销量8.5万辆，同比增长159.4%。全年盈利高达3.1亿元，高速的发展令传祺成为国内自主车企的中高端品牌。今年年初吴松表示：2014年传祺品牌销量目标为11.5万辆，其中海外市场销量目标为5000辆。

按照广汽传祺的销量规划，2017年广汽传祺将实现50万辆的销售目标，其中海外销量将占据总销量的20%达到10万辆。而今年5000辆的海外销售目标，仅占全年销量目标不足5%的份额。距离长期规划的出口量有着很大提升空间。

除广汽传祺以外，近些年众多自主车企均在加码海外市场，其中长城、奇瑞以及吉利三家在海外市场的表现更是十分显著。以奇瑞为例，目前在海外建立有17家CKD工厂，年产能超过21万辆；而长城和吉利也已在海外建立了超过10家CKD工厂。对于广汽传祺而言，规划海外建厂将是企业拓展国际市场的重要一步，而与其他自主车企相比广汽传祺还有很长的路要走。

(梁一平)

