

行业前沿

电动车新贵特斯拉

加速进军中国市场

充电的烦恼少不了



猛龙过江,向来是个悬念。近日,电动车新贵特斯拉在中国首秀的旋风依然强劲,但竞争者已开始反击。在举行的巴菲特股东大会中国投资人酒会上,比亚迪北美总经理李珂尽管说在市场、营销、策划上特斯拉是学习榜样,但“技术上我们不输于它”。丰满的蜜月之后,本土化生产不易、充电桩等基础设施不完善、价格尚处高位等骨感现实扑面而来,特斯拉的“中国烦恼”刚开始。

今年以来,随着相关政策的逐步落实,国内汽车企业已经开始发力电动车,而且也出现了比亚迪e6和北汽E150电动版等性能不错的电动车,未来即便特斯拉实现国产,将价格降低,其面临的竞争压力依然不小。

烦恼 1 特斯拉在中国找朋友 小伙伴里还差谁?

上个月记者在交车现场亲眼目睹了特斯拉的“火爆”,尽管马斯克对中国市场积极看好,但一向不按常规出牌的特斯拉仍不敢掉以轻心。一个刚刚涉足中国市场的“外来者”想在这里“安家落户”单枪匹马必然行不通,因此,与合作伙伴洽谈也成了马斯克中国行的重要任务。

汉能便是特斯拉选择的重要小伙伴之一。据汉能负责人介绍,特斯拉早在今年3月21日便开始与汉能接触,4月11日左右确定合作。目前,汉能主要负责特斯拉北京和上海的充电桩项目,“这种超级充电站20分钟就可以充满电池最大容量的50%”。最终,汉能成为特斯拉充电站建设的合作伙伴。“主要为特斯拉的超级充电站提供光伏设备、车棚、储能等支持。”

在4月22日交车的同一天,中国联通与爱尔兰 Cubic Telecom 签署合作协议,双方针对中国用户共同给特斯拉提供汽车信息化全面解决方案。中国联通总经理陆益民表示,中国联通将依托自身LTE和WCDMA一体化的网络,为特斯拉汽车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、通信等信息服务。



随后,特斯拉的小伙伴密集浮出水面。支付宝用户从4月24日开始便可以使用支付宝在特斯拉中国区官网订产品。又有消息称,支付宝、天猫、高德等阿里巴巴旗下业务将全面对接特斯拉。另外,马斯克还证实,富士康承担了特斯拉电动汽车的车用面板制造。

尽管马斯克成功“拉拢”了很多合作伙伴,但这些小伙伴对于特斯拉在华的长足发展显然还远远不够。尤其是对其寻找未来的合资伙伴,业内并不看好。基于对中国市场的超乐观预期,在本土建厂成了特斯拉降低成本、迅速扩大销量的一项重要举措。同时,按照政府的相关规定,只有在中国本地生产的电动车才能享受补贴。马斯克也在中国行的多个场合表示,公司看好在中国市场的长期发展,未来三四年,特斯拉将在中国进行本地化的生产。

国外汽车企业进入中国进行本地化生产,其必须和国内的一家本土企业成立合资公司,但此前,政府相关部门已经明确表示,未来将不再新增合资企业。业内认为,虽然政府可能对电动车企业“开绿灯”,但国内已经有类似比亚迪、北汽、上汽、华晨宝马等诸多企业推出平民电动车,而且多家国内车企也表示,特斯拉只是营销做得好,技术并无过人之处,所以,当特斯拉需要确定合资伙伴时,或将遭遇无人接手的尴尬。

烦恼 4 充电问题怎么解决 可否到“加油站”充电

比起价格高企、国产难度大,摆在特斯拉面前最现实的中国烦恼还是充电设置的不完善。按照马斯克的设想,特斯拉要在中国建立超级充电站,但事实证明,由于国情不同,特斯拉要想在中国复制美国的成功策略难度不小。

曾有消息称特斯拉正在与国家电网商量建设超级充电站的可能性,但是,针对此前颇受关注的与国家电网合作,马斯克最新的回应称,充电不依赖国家电网。对此,张志勇认为,特斯拉在中国建设充电站网络并非易事。“特斯拉想在中国建设超级充电站,那是它不了解中国的国情。除非有更多的资本注入,否则特斯拉难以维持超级充电站的巨大建设成本。”张志勇分析认为。

“特斯拉现在的重点应该是研究自己的充电桩标准是否与中国市场的一致,而不是非要自己单独设立超级充电网络。”张志勇认为,由于计划倚重中国市场,特斯拉想凭借一己之力迅速改变中国电动车产业现状肯定是行不通的。特斯拉还需仔细研究中国电动车的相关政策,按照中国电动车市场的节奏,再加上自身的特色,特斯拉反而会得到更快的发展。

而据消息称,特斯拉将与中石化洽谈合作事宜,尽管中国石化方面没有透露具体合作内容,但外界一致猜测,特斯拉看中了中石化强大的加油站网络,更有消息称马斯克此番将推动中石化以北京作为进入充电站行业的突破口,通过试点后,其加油站电综合服务站最终将扩展到全市,进而扩展到河北、天津甚至更大范围。但此消息并没有得到特斯拉的官方确认,马斯克结束中国之行后,特斯拉方面也没有传出更多关于与中石化合作的消息。

“在中国建设充电站需要不同部门的许可,特斯拉首先要协调各方利益,这对于一家初到中国的外资企业而言,并非易事。此外,各省市对充电设施的建设和所支持的运营模式并不一致,特斯拉能否突破地域保护的限制大范围建设独有的充电设施也是一道难题。”汽车分析师贾新光表示。

尽管特斯拉近期在国内掀起了一股热潮,其美国市场股价也连创新高,但如果不能解决“最后一公里”的充电问题,其全面进入中国市场的难度将大大增加。在美国市场,特斯拉备受欢迎的一个主要原因在于免费快充网络的搭建,而为了以此相同效应吸引中国客户,马斯克在中国砸下的巨额投资中就包括充电站的建设。

特斯拉纯电动车的电池组容量达到了惊人的85kwh,如果以经济时速行驶这样的容量可以足足跑上500公里,基本上解决了电动车的续航里程问题,但又带来了另一个问题——充电。

根据特斯拉的规划,公司拟定在京沪沿线自建充电站,这个规划需要有国家电网的支持,国家电网必须首先确保居民和企业正常生产生活稳定可靠的电源供应,能否满足超大容量特斯拉充电要求仍是未知数。

(钱瑜 马骏昊)

中外三款电动车综合指标对比	
特斯拉 Model S 85kWh	价格:73.4万元
长×宽×高 (mm):4978×1964×1435	
最高车速(km/h):200	
最大功率(kW):270	
最大扭矩(N·m):440	
电池容量(kWh):85	
电池支持最高续航里程(km):502	
政策补贴:无	
比亚迪 e6 2014 款豪华型	价格:30.98万元
长×宽×高 (mm):4560×1822×1645	
最高车速(km/h):140	
最大功率(kW):90	
最大扭矩(N·m):450	
电池容量(kWh):57	
电池支持最高续航里程(km):300	
政策补贴:国家 5.7 万元、地方 5.7 万元	
北汽 E150 EV 电动科技版	价格:23.08 万元
长×宽×高 (mm):3998×1720×1503	
最高车速(km/h):125	
最大功率(kW):45	
最大扭矩(N·m):144	
电池容量(kWh):25.6	
电池支持最高续航里程(km):150	
政策补贴:国家 5 万元、地方 5 万元	

烦恼 2 循序渐进过程要多久 支持政策何时能落地

特斯拉在国内寻找合作伙伴的困境似乎并没有影响马斯克对中国市场前景的看好。马斯克就曾多次表示,中国市场对于特斯拉举足轻重,且有望在2015年初赶超美国市场的销售量,继而成为公司最大的全球市场。另据特斯拉负责中国业务的副总裁吴碧瑛介绍,2014年公司全球销量有望翻番,上升至4.6万-4.8万辆,中国市场有望达1.4万-1.7万辆,占全球销量30%左右。而到2020年,特斯拉全球销量将达到50万辆左右。

在此背景下,发展前景被看好的中国无疑成为了马斯克需要重点发展的市场,这也使得马斯克不得不对中国进行专门的“亲自公关”。“伊隆·马斯克”这一名字似乎在中国一夜爆红,他玩火箭、玩新能源、玩互联网,凭借在科技领域的大胆与坎坷经历,赢得了不少中国粉丝,初到中国,甚至被捧为“乔布斯+钢铁侠+都敏俊”三合一加强版。他所创造的特斯拉电动车也在这片对新能源格外推崇的土地上受到了“超国民”待遇。

在华期间,马斯克得到了科技部部长万钢和工信部部长苗圩的会见。这也被一些媒体解读为特斯拉为在华发展扫除政策“障碍”。万钢表示,中国政府正在考虑电动汽车在税收方面的改革,比如在进口关税方面会



有别于传统汽车的进口,但具体细则还在制定中。苗圩则肯定了特斯拉现在的成绩,表示中国政府在制定政策帮助像特斯拉一样的企业进入中国,促进电动汽车产业在中国的发展。

然而值得关注的是,这些支持政策何时能够真正落地尚无时间表。一些国内车企甚至直言,“一旦进口电动车的关税降低,其他车企也会借机向中国市场出口电动车,届时,自主车企的电动车将面临很大的困难。所以可以适当降低关税,但也得有保护国内车企的考虑”。一位不愿具名的国内自主车企负责人向记者表示。

对于这家电动车新星而言,极高的关注度并未让其在电动车市场得到什么帮

烦恼 3 “蜜月期”过后如何营销 产品如何亲民

虽然马斯克中国之行“硕果累累”,不过,对于一位在中国汽车市场刚刚起步的新手而言,特斯拉的高端定位将是其首要的难以逾越的瓶颈。今年1月,特斯拉发表官方微博客正式公布了Model S 85kWh车型的中国区市场零售价为73.4万元,P 85kWh Performance车型的零售价为85.25万元,这个价格大大低于预期。虽然价格带有诚意,但汽车行业分析师张志勇认为,特斯拉的价格区间依然高于同级别豪华车,73.4万元的Model S在当前中国汽车市场属于小众车型,是经济实力比较雄厚客户的个性选择,而非主流消费者。

记者拿到的特斯拉首批车主名单显示,这些人均是各个行业的精英。其中包括云游控股董事会主席兼CEO汪东风、新浪CEO曹国伟、携程网创始人梁建章等。“在中国,很多消费者还是带着猎奇的心理订购特斯拉,但是,当特斯拉热过去,这个市场的持续性到

底如何,容量有多大,目前还很难预测。”张志勇分析说。

据记者了解,与其他汽车厂商推出的亲民版电动汽车定位不同,特斯拉更像是奢侈品。在特斯拉官方公布的开发规划中,其第一阶段先推出豪华纯电动车,售价约10万美元;第二阶段将会推出年产2万辆、售价7万美元的Model S车型;第三阶段则是推出价格亲民的价格普通家用型。



助。特斯拉在中国快速扩张的同时,它面临的挑战与问题也更加清晰,即不了解中国国情,而特斯拉前中国区总经理郑顺景显然在这方面并不在行。“从最初的特斯拉商标纠纷,到中国交车缓慢,再到充电设施规划不利,特斯拉正在遭遇成长中的中国烦恼”,贾新光认为,特斯拉要在中国谋求更大的发展,需要处理好诸多难题,比如政府和媒体关系等,这些难题显然是技术难以攻克的。

比亚迪董事局主席兼总裁王传福表示,特斯拉在推广纯电动汽车和培育消费者习惯方面起到了极好的作用。但特斯拉只是富人的玩具,只适合小众人群。“如果家庭消费一旦启动,比亚迪分分钟就可以造出特斯拉。”王传福说。吉利集团董事长李书福则表示,从技术本身来讲,特斯拉是通过集成的方式造车。只要特斯拉能在世界上被普遍接受,那吉利生产出跟特斯拉差不多的产品很容易。“备受市场追捧的特斯拉目前是成功的,但在新能源汽车领域,其前景并不明朗。”李书福认为,新能源汽车的发展有一个循序渐进的过程,第一步是如何对传统新能源汽车提高效率,做到降低排放、减少油耗;第二步是不断提高电动和电池的比重,减少发动机的排量、重量和油耗;第三步才是实现纯电动。

更为重要的是,特斯拉Model S并非完美无缺。身为首批车主的汽车之家总裁李想告诉记者,购买特斯拉,加上保险等款项,一共花了110万元。“买这辆车主要是看中了其科技和价值感,为了跟上这个时代的走势。”经试驾后,他认为,从外观及驾驶体验上,特斯拉的这款车值100万元的标准。但后座是个“硬伤”:坐姿比较低,不是很舒服。从后座的乘坐体验上看,其仅是10万-15万元量级。

虽然李想也在微博上支持特斯拉:不要低估了特斯拉,因为Model S的优势真不是传统汽车厂商分分钟能赶上的,作为一辆四门轿跑,它的驾驶感受在同价位的奔驰CLS、奥迪A7、保时捷panamera之上。但李想也同时明确表示,作为一辆豪华汽车,Model S还是有太多明显的不足。此外,电动车扩大产能也比手机难得多。

各乘大小项目融资借款,两百万起贷

地域不限,个人、企业均可

金融世家豪丰投资

手续简单 利率低 放款快

咨询电话:028-68801888