

车企数百亿备战新能源汽车 三大瓶颈待破

挑战与希望交织 商用车迎5大关键期

新能源汽车一直以来被认为是自主品牌汽车企业“由大到强”的捷径,借助新能源实现“弯道超车”也是自主品牌车企的梦想,而随着政府对新能源汽车产品加大支持力度,新能源汽车的春天正在到来。

“吉利的新能源计划将于8天后在广州发布。”11月10日,吉利集团董事长李书福首次披露了吉利新能源的最新进展。

实际上,自主品牌在新能源汽车上的布局已经是风生水起。国内最大汽车企业上汽集团公布的最新定向增发方案提出:该公司拟非公开发行股票数量不超过约9.64亿股,发行价不低于15.56元/股,募集资金总额不超过人民币150亿元,用于新能源汽车、智能化大规模定制、前瞻技术和车联网、汽车服务与汽车金融等项目。

而北汽、比亚迪、长安等企业,也相继发布了新能源汽车发展方案。

不仅越来越多的自主品牌在新能源领域布局,外资也在加快在新能源领域的突破。如一汽丰田和广汽丰田前后脚发布卡罗拉和雷凌双擎版车型。此外,南北丰田还打破了混合动力车型售价偏高的惯例,试图以零差价抢占混合动力市场更大的份额。

这就意味着,在新能源汽车市场,一场没有硝烟的战争正在开打,而谁将取胜,目前仍难下定论。

“十三五”自主品牌集体布局 新能源汽车

随着市场导向及相关政策的支持,新能源领域逐渐成为未来汽车市场的新蓝海。自主品牌企业对“十三五”的新能源布局,已拉开大幕。

“多年以来,吉利在包括纯电动汽车在内的新能源领域取得了一定的成果。吉利将在广东车展正式发布的新能源战略,将涉及新能源产品规划及新技术成果等。”李书福表示。

吉利的新能源战略是全方位的,《21世纪经济报道》记者了解到,吉利将在11月18日推出纯电动车帝豪EV。这款纯电动车型预计起售价为25万元,续航可达260km。作为吉利在低端电动车市场的布局,吉利知豆计划在浙江投资300亿建新能源基地,用于新能源的研发。

而以上汽集团为首的国内企业,在自主品牌新能源领域的布局也正在大手笔进行中。

10月28日,上汽董事长陈虹首次在媒



体面前透露,上汽到2020年在新能源汽车上的投入将达200亿元人民币。而在上汽“十三五”计划中,2020年上汽在新能源汽车领域的目标是实现产销60万辆,其中自主品牌20万辆。

统计显示,今年以来,就有比亚迪、长城汽车、力帆股份等整车企业以非公开发行的方式募集资金,投入新能源汽车项目建设,拟募集资金净额达到400亿元。

长城宣布募集资金不超过168亿元,打造新能源汽车;在长安汽车发布的面向未来10年的新能源汽车发展战略,到2020年,长安新能源汽车累计销量达到40万辆,到2025年,长安新能源汽车累计销量突破200万辆,新能源汽车销售占比达到10%。比亚迪宣布募集总额不超过150亿元,打造新能源汽车产业链。江淮汽车增发募资45亿元启动新能源车战略,到2025年,江淮新能源汽车总产销量占江淮总产销量的30%以上,形成节能汽车、新能源汽车、智能网联汽车共同发展的新格局。力帆股份也发布了新能源战略规划,高调宣布进军新能源汽车领域。而奇瑞新能源公司也已在运作中,有望于近期挂牌独立运营。

布局新能源是“必修课”

自主品牌集体布局新能源市场的背后是政策的推动。

财政部等四部委联合下发《关于2016~2020年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》,未来5年,我国将继续实施对新能源汽车的补贴政策。

这意味着“十三五”期间,我国将继续实施积极的新能源汽车推广政策,并实行普惠制,在全国范围内示范推广。大力发展新能源汽车,理所当然成为车企“十三五”规划的重头戏。

此外,今年1月5日,工信部发布了新修订的《乘用车燃料消耗量限值》和《乘用车燃料消耗量评价方法及指标》。据了解,这两项国家强制性标准将于2016年1月1日起执行,每年将设置油耗达标值,直至2020年乘用车平均油耗降至5.0升/100公里。这种情况下,如果仅凭传统动力技术是难以实现的,发展新能源汽车,也称为企业必须面对的课题。

在系列鼓励政策的推动下,新能源汽车市场正在蓬勃发展。

工信部数据显示,1-10月新能源汽车生产20.69万辆,同比增长3倍,其中10月生产5.07万辆,同比增长8倍。

发展新能源汽车是汽车行业的“必修课”。不过,对于自主品牌企业而言,发展新能源汽车,收获市场的同时,还希望借此收获品牌。

实际上,由于自主品牌普遍起步较低,在品牌溢价能力上,大大落后于合资企业。而则会市场进入中低速增长的“新常态”,外资品牌纷纷产品下探,而消费者对自主品牌又相当“苛求”既要价格低,又要品质和配置好,这为规模和品牌都不及外资的自主品牌带来很大的挑战。

“后补贴时代”PK法则

2015红岩卡车司机精英挑战赛分站赛开赛

按照2015年红岩卡车司机精英挑战赛比赛规则,晋级分站赛的100名选手将参加全国四大赛区的分站赛,从四大分站赛中选拔出12名精英参加巅峰之战争夺年度总冠军。

11月7日,四大分站赛的第一站华南分站赛举行,来自西南和华南区域的25名精英选手吹响了向总冠军冲锋的号角。

选手们首先进入红岩卡车司机精英集训营,接受专业教练的辅导。集训内容包括安全驾驶意识、科学保养常识、经济驾驶技巧、简单故障排除等内容。这也是大赛组委会通过集训提高各位选手的安全意识和操作技能的有效措施,以便选手能更好的应用到比赛中以及实际物流运输中。集训结束后,选手们还进行了分站赛的理论考试。

在分站赛的场地驾驶技能竞赛上,哪些精英能够脱颖而出晋级全国总决赛呢?让我们拭目以待。(马波)



大众危机引蝴蝶效应 一汽整体上市或添变数

德国大众汽车集团因尾气排放造假而遭遇发展危机,却给中国合作伙伴一汽集团带来天赐良机。“如果我们大胆想象,一汽完全可以借此机会,通过股权置换的方式来解决一汽-大众的股权问题。”一位不愿具名业内人士在在接受《经济观察报》记者采访时表示。

一汽-大众为大众在中国盈利能力最强的合资企业,自2001年开始,大众一直试图提升其在该公司中的股权。按照最初的设计,一汽-大众的股权结构变为:一汽60%、大众30%、奥迪10%。在进行了长达13年的相互角力之后,一汽-大众股权调整事宜从去年10月正式确定。按照双方达成的协议,一汽-大众合资公司的股权结构将由目前的中德60:40调整为51:49。

不过究竟要采用何种方式调整,调整哪部分股权,双方还没有达成一致。今年6月初,曾有消息称一汽-大众股权调整一事已经尘埃落定,作为对一汽的回报,合资公司一汽-大众将拿到数款(有消息说是3款)SUV生产权。不过当时的一汽-大众和大众中国均表示否认。

而所谓的“股权置换”具体方式是一汽对大众集团下的需要出售的资产进行收购,而大众则用这笔资金来支付在一汽-大众股权收购时产生的花销。“对大众而言,这是目前不得已但务实的选择。”上述分析人士指出。因为排放造假事件,大众正面临着严重的资金压力,这极有可能迫使其增持一汽-大众股权的计划延后并出售部分资产获得现金。

“大众在一汽-大众的股比不会下降了,但股比提升很可能要缓一缓。”民族证券汽车首席分析师曹鹤表示。而大众汽车集团管理董事会成员、大众汽车集团(中国)总裁兼CEO海兹曼教授在11月初对记者表示,大众

增持计划并不会取消。“对增持一汽-大众股份的相关评估工作仍在进行当中。”

尽管如此,但与一汽之间的力量均衡已经被打破,未来一汽与大众在合资公司上将会很可能采用新的方式,解决股权问题。这显然会影响到一汽集团的整体上市,因为与大众之间股权的确立很可能需要更多时间,同时也给一汽带来了新的发展机会。

天平失衡

长期以来,在一汽-大众的股权提升问题上,一汽和大众这两家都堪称强势。但随着大众危机的来临,这种情况有可能改变。11月12日,一汽-大众内部人士在接受经济观察报记者采访时表示,大众集团所面临的危机是否对股权变动产生影响,暂时还没有具体消息。但显然大众的变化已经令整个问题变得更加棘手。

“大众不得不更加依赖于中国市场,这有可能削弱其话语权。”该人士指出。大众在9月底发生的柴油车排放造假事件已经连续发酵了一个半月,从目前来看还远未到结束的时候。除了上千万辆柴油车存在排放舞弊之外,部分汽油动力车也涉嫌二氧化碳排放和燃油经济性数据造假情况,并会再次面临召回和巨额罚款。

在此之前,瑞银分析师认为大众已经面临着最高350亿欧元(约合2506亿元人民币)的支出,以应对柴油车排放造假带来的诉讼和赔偿。这其中包括约1100万受影响柴油车的修复,以及美国政府可能开出的高达180亿美元的罚款。但实际上,大众面临的支出可能会远超过于此,因为上述的350亿欧元并未包含汽油车的赔付款。

毫无疑问,大众在资金上已经面临着前

所未有的压力。另外,排放造假事件已经大幅度影响大众汽车的股价,并使得其业绩受损。从财报上来看,截至9月底大众有278亿欧元的净流动性,但其需要大约100亿欧元来维持运营。如果上述赔付最终实行,大众的资金缺口将更加。

另据外媒报道,为了对付财务危机,大众集团正计划在不影响控股权的情况下出售部分资产筹集现金,彭博社的报道认为可能被出售的包括奥迪和杜卡迪的部分股权——大众之前正是计划提升在一汽-大众中的奥迪部分股份。

按照此前预估,这次股权增持将耗费大众约50亿元(约350亿元人民币)现金。但大众捉襟见肘的财务情况令这一计划蒙上了阴影。

不过,作为大众最大的单一市场,中国区目前并未受到强烈冲击。在日本经济新闻近期的调查中,大众品牌依然是中国最受欢迎的汽车品牌,市场竞争力十分强劲。这意味着大众将更依赖中国市场。外界认为,这将使大众不得不考虑双方的关系重构,其与一汽之间的股权交易也将受到影响。

一汽的新机遇

“作为一汽集团最重要的资产,一汽-大众纳入上市公司是一汽集团实现整体上市的关键。”民族证券首席汽车分析师曹鹤表示。但在股权没有梳理完成之前,一汽的整体上市是不可能进行的。“当然也不排除先行搁置,一汽直接实现财务并表。”但另一些猜想是,一汽可能在这次大众危机中积极出手,为上市大赚一笔。

“在大众集团准备出售旗下业务以度难关之时,一汽集团应该在股权层面积极出

在新能源汽车上,国内外企业相对而言差距更小,而目前,政府对国产新能源产品的鼓励,也使自主品牌更加有机会“先入为主”掌握先机。

根据《新能源路线图》的规划,到2020年,自主品牌新能源汽车年销量将突破100万辆,占比将超七成。到2025年,随着新能源汽车规模的增加,自主品牌新能源车的占比计划提升至八成。

“如果说去年是新能源汽车的元年,那么未来5年就是新能源汽车的爆发年。”上汽集团总工程师程惊雷表示。作为国内最大汽车企业的“当家人”,陈虹希望上汽依托这历史性的机会由“最大”实现“最强”。

不过,程惊雷同时认为,目前自主品牌在新能源领域的竞争力,仍然主要依靠政府支持。而随着政策覆盖面的越来越广,或者随着未来政策的取消,自主品牌在新能源领域,面临着与外资新能源产品“同台竞争”的格局,消费者是否还会买单?

虽然新能源汽车技术差异性相对传统汽车更小,不过,外资同样具备品牌和全世界的规模效应,自主品牌要保持领先,具备长久的竞争力,必须有自己的“独门秘籍”。

“上汽集团自主品牌新能源车型,将从2014年的五款增加到2020年的30款,包括EV13款、PHEV17款,形成技术领先、有竞争力的新能源产品矩阵。”程惊雷说。上汽接下来要实现的目标是,即便政策取消了,产品仍具备竞争力。

“我们要打造全球标杆性的车型产品,从整车研发到零部件。”上汽集团技术管理部总监程锐说。

新能源汽车目前主要的瓶颈是技术瓶颈、成本瓶颈和使用环境的瓶颈,这就意味着,接下来,上汽在新能源汽车上的投入是设计到全产业链的。

东风汽车公司战略规划部部长廖正波透露,“十三五”期间,东风集团将掌握一些新能源汽车关键技术、核心资源,在总体市场进入发展期的大背景下,东风新能源汽车力争在销量上领先全行业。长安汽车副总裁袁明学表示,长安将以智能化为突破口,打造新能源汽车经典产品,实现其“518”新能源产品性能目标。比亚迪相关负责人表示,“对于企业而言,目前更多的是要从公共交通领域挖掘潜力,这是实现销量快速提升的突破口。”而李书福公开表示:“吉利将大规模投资汽车电驱动系统的研发与制造,以迎接新一轮新能源汽车时代的到来。”(俞凌琳)



手。”有业内人士如此点评。“一汽可以购入技术,资产以增加自己的技术储备,实现自己自主品牌的发展。”该人士指出,而开放型的思路还包括以一汽-大众的股权适当交换大众集团的股权。

去年,同属于汽车央企的东风汽车入股了正处于经营困境中的法国标致雪铁龙集团(下称“PSA”),成为后者第三大股东。东风入股PSA成功的扭转了PSA的经营困境,并提振其在资本市场的表现,而此举也为东风带来了其渴望的技术支持,双方甚至签订了联合车型平台开发计划。

外界认为,这可以成为一汽模仿的案例,但反对者认为这毫无意义。“一汽入股大众对自己意义并不大,最多是个财务投资。如果购买资产方面,大众只是出售西雅特这些品牌,对一汽而言也没有购买必要。有吸引力的就是商用车整体出售,一汽需要的是带研发功能的资产。”一位国际知名咨询调查公司高层对记者表示。

于一汽集团而言,其需要新的力量提升其自主品牌的表现,这包括乘用车和商用车。

“2015中国国际商用车展”11月12-15日在武汉国际博览中心举办,以“新常态、新机遇、新希望”为主题的中国国际商用车高峰论坛上,中国国际贸易促进委员会汽车行业分会会长王侠表示:“目前,我国商用车行业面临五大‘关键期’——结构调整的关键期,创新的关键期,行业兼并重组的关键期,新能源汽车大发展的关键期,中国商用车全面‘走出去’的关键期。关键期也可以理解为转折点,是商用车行业进入全新发展阶段的转折点,是困惑、挑战与希望交织在一起的转折点。”

过去的十年,高度增长的中国经济带动了中国汽车工业的飞速发展和,中国已经成为全球最大的汽车生产国和消费国,也是最大的商用车产销国。目前,我国商用车产销已接近全世界的一半。中国的汽车工业奠定了商用车的发展基础,而商用车又是汽车工业自主创新的典范,在汽车发展过程中占有举足轻重的地位。

而近年来,我国的商用车行业面临前所未有的困难。自2011年起,商用车市场持续下滑,今年1-9月,商用车产销同比下滑12%,加上出口不利因素等问题的出现,使整个行业面临巨大挑战。

王侠指出,前不久发布的“十三五”规划建议中“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念,是在对过去社会经济发展的全面总结和深刻反思的基础上提出的,同时体现了对未来经济走势的基本判断。

“新常态”非常形象地揭示了社会发展的规律,对于商用车行业,已经不大可能回到之前的市场需求水平。抛弃依靠资源过度消耗,以及粗放、低效的发展模式,抛弃以来投入增加和产销量增加拉动行业增长的思维,支持节能环保,发展绿色理念,才能适应“新常态”,才能在关键期、转折点不至于迷失方向,甚至退出。

王侠还表示,尽管商用车行业面临重重困难,中国仍然是全球最大、最有活力、最有发展潜力的商用车市场,是一个开放、共赢的市场。

论坛上,江淮汽车轻型商用车营销公司副总经理张文根总结了轻卡客户的“十大变化”。与传统的卡车司机相比,如今的客户呈现多面性,客户群越来越大,年龄越来越小,专业知识越来越多,并且更加关注动力,更注重安全等等。所以,效益、节油、品牌、动力等成为了卡车用户的需求。

本届商用车论坛一大亮点是戴姆勒公司分享的商用车领域无人驾驶技术的应用和前景。据德国联邦统计局统计,追尾和车道偏离是最主要事故原因。而自动驾驶技术可以帮助降低高达三分之二的事故。例如针对追尾事故研发的限距控制系统和主动刹车辅助功能,以及针对车道偏离事故的车道保持辅助功能。

由驾驶员完全操控驾驶,发展到全面自动化的无人驾驶,需要一个长期的过程,目前已经得到应用的是部分自动化驾驶,即系统可以在特殊工况下接管驾驶方向和横向的一些功能,但驾驶员须持续监视行驶方向和横向。但高度自动化驾驶的推行,仍受到立法、数据保护、保险等因素的影响。(王婵)

在乘用车,一汽已经获得了合资伙伴的一些技术,但在商用车方面还没有技术支持,一直走独立发展的一汽解放这些年在对手纷纷合资国际公司的情况下,竞争力逐渐式微。

公开资料显示,一汽解放的主要产品为重卡,一汽与前面两位强有力的对手——东风、重汽间的差距已经逐步拉大至万辆以上,而后面的陕汽、福田正迎头赶上。数据显示,陕汽今年1-9月只比一汽少了不到1956辆。

在商用车领域,东风汽车已与沃尔沃携手,重汽、陕汽也在和MAN进行合作,福田汽车和戴姆勒建立了合资公司。面对近年来年加严的环保和降耗标准,以及用户越来越高的实用经济性和舒适性的需求,一汽提升商用车竞争力的需求也越来越迫切。

“一汽可以以9%一汽-大众股权置换大众控股的重卡公司MAN股权,最好能实现控股,就特别有意义了。”一位分析人士指出。收购部分MAN的资产与技术,可以为一汽提供逆转的机会,同时为整体上市增色。而大众也能借此机会提升在一汽-大众的股比,从而获得稳定的利润来源。(王国防)