

# “新造车势力”的下一站

资本裹挟之下，近年来“新造车势力”的各路人马涌入纯电动车研发制造领域。粗略统计，目前国内电动汽车制造商已超过400家。然而，根据权威机构的预计，未来两年，随着传统车企结束观望摇摆、加大对纯电动车市场的投入，以及国家新能源汽车补贴政策的退出，曾经被寄予厚望的“新造车势力”，将面临艰巨的生存挑战。

■本报记者 张晓鸣

蔚来汽车要在美国上市了。据媒体报道，蔚来汽车已向美国证券交易委员会提交了招股说明书1号补充文件。招股书显示，蔚来汽车将在首次公开募股中发行1.6亿股美国存托凭证，最多募集资金约为15亿美元。

根据这份文件，截至2018年7月31日，蔚来汽车合计交付481辆ES8，加上此前“批量”交付的超级电动跑车EP9，2014年9月成立的蔚来汽车，总产量算来算去不到500辆。再看这组数据，2018年前7个月，中国车企合计销售电动汽车42.2万辆，比亚迪、北汽、上汽电动车销量分别为9.02万、6.67万和5.48万辆，蔚来的市场份额，可以忽略不计。

但就是这样一家公司，眼看着就能IPO了。

过去三年中，在资本裹挟下，各路势力前仆后继争相涌入纯电动车研发制造领域。粗略统计，目前国内约有超过400家电动汽车制造商。然而，权威机构的预计显示，未来几年中，随着传统车企结束观望摇摆、加大对纯电动车产品的投入，以及国家新能源汽车补贴政策的退出，这一被视为以互联网思维改造传统行业的“新造车势力”群体，将面临艰巨的生存“大考”，其存活率不会超过10%。

蔚来已经“上岸”，但对那些还在“红海”中漂流前行的玩家来说，留给它们的时间已经不多。

## 交车速度不及烧钱速度

站在高点，秀出“情怀”，锁定价格不敏感消费群体……“新造车势力”的营销策略，对标的是特斯拉。

亏损总计超百亿元。在截至6月30日的2018年上半年，蔚来汽车的总营收为4599.1万元。其中，汽车销售业务营收为4439.9万元；其他销售业务营收为159.2万元。按照每辆车50万元估算，其上半年仅销量了不到90辆车。

蔚来的这个烧钱速度，的确可以对标特斯拉。公开资料显示，从2007年算起，11年间特斯拉亏损53亿美元，蔚来三年就亏损超过100亿元人民币。论烧钱，蔚来比特斯拉手笔更大。

高手了。最近的一个案例是，在这家公司举办的一场公开活动上，公司高层在演讲中声称，在国内，只有上汽、吉利、小鹏、蔚来这四家整车厂在研发制造智能汽车。在“新造车势力”的阵营内，既无汽车行业背景、又缺少资本大鳄背书，且至今量产车数为零的小鹏，本身就处在圈内“鄙视链”的中下游。现在突然拿自己和上汽、蔚来这样的大品牌相提并论、“碰瓷”同行，自然引发口水争议。更有业内同行爆料称，小鹏汽车

生产质量细节，长远来看，企业实际上是被“架空”的，因此，对于那些有志于创立品牌的“新造车势力”玩家来说，代工模式只能是一个应急手段，长远来看，代工模式无法取得成功。有消息称，蔚来的ES8整车批量交付之所以波折不断，就是因为蔚来与代工厂之间的沟通整合并不顺畅。至于问题出在哪个环节，外人无从得知。威马汽车CEO沈晖在接受采访时就曾经表示，汽车制造对供应链上每一环的技术、

部分紧凑型车及以下的市场，这个成绩还是在补贴和政策支持下取得的。这表明，至少到目前为止，纯电动车还很难得到大众市场的认可。

对于普通消费者来说，进4S店选车，无非是看品牌、车辆的制造工艺和可靠耐用等方面的指标。从这点来看，传统燃油车已有百年发展历史，各项技术非常成熟，纯电动车在这些关键指标面前，并无优势可言。在汽车的主流功能属性上，比如续航里程、能源补充时间（加油/充电）、最高速度（持续）等，电动汽车有着明显短板。而在非主流的功能属性方面，由于电动汽车的特性，在加速性能、避震、避震等方面，则有不错的创新。但是，如果没有诸如送免费车牌等非市场化手段的刺激，作为一种昂贵的耐用品，纯电动车购置成本居高不下，再加上主流功能属性的落差，大众市场短时间还是难以接受。

业内人士认为，对“新造车势力”来说，打口水仗、情怀牌的时代已经过去，现在要做的是尽快补齐短板，比如补续航里程的短板，比如轻量化、提高电池能量密度等。但目前看来，代价非常昂贵，无法指望在短期内有根本性改观。在这一大背景下，如何提供更多充电资源，对“新造车势力”是一大考验。在国内充电基础设施不完善的情况下，各家企业眼下各显神通：小鹏汽车效仿特斯拉，宣布要自建充电站；北汽推出“擎天柱”计划，力主换电模式……五花八门的增值服务虽然看似解决了用户的痛点，但这些措施是否能在车辆保有量大幅增加的情况下依然维持正常运转，现在谁都不知道。

## 传统车企不再观望

“新造车势力”来势凶猛，但传统车企、尤其是合资车企，从来就没有打算把市场拱手相让。

有业内专家指出，未来两年将是“新造车势力”的一个槛：一方面，已经投了几千亿元的国家新能源补贴计划将在两年内结束，自主品牌以及“新造车势力”将走出“温室”。另一方面，经过前几年的布局和探索之后，跨国车企已结束观望摇摆，开始通过在华合资企业推出大批本土化的新能源车型。粗略统计，今明两年间，包括东风日产、上汽大众、上汽通用、北京现代、广汽本田、东风本田、神龙等多家合资车企将推出多款插电混动、纯电动国产车。与此前市场试探色彩更浓、以进口车身份推出的新能源车型不同，这一轮跨国车企推出的基本都是最畅销车型的电动化版本，价格也更加亲民，一登场，就摆明了对于实际销量和市场份额的渴望。

目前，国内电动车销量集中在上汽、北汽和比亚迪三大公司，但跨国车企、合资品牌正在迅速跟进。9月，奔驰旗下首款纯电动车型EQC和奥迪旗下首款纯电动车型e-tron将先后迎来全球首发；10月，宝马全新一代3系的电动版车型将正式亮相，东风日产轩逸纯电动版也将上市。

对于传统汽车巨头来说，不推出纯电动汽车则已，一旦推出，就会拥有极高成熟度的产品。比如在自动驾驶领域，在美国咨询公司 Navigant Research 发布的2017年自动驾驶技术排名中，通用排名第一。就在这份榜单中，除了排名第二的Waymo和排名第六的安波福外，其余均为传统车企或有传统车企参与的联盟。值得一提的是，特斯拉在榜单中排名倒数第二。

如今，行业分析师对遍地开花的新品牌并不看好，认为这些车企未来5年内的存活率将仅为10%。要在短短两三年的窗口期和传统车企赛跑，壮大自己的“朋友圈”是这些新品牌在营销上迈出的关键一步。未来究竟是谁的未来？



上图：如果没有诸如送免费车牌等非市场化手段的刺激，作为一种昂贵的耐用品，纯电动车购置成本居高不下，再加上主流功能属性的落差，大众市场短时间还是难以接受。图为位于上海浦东的一处电动车专用充电站。

右图：蔚来汽车位于上海市中心一处展厅，和特斯拉一样，蔚来的产品瞄准对价格不敏感的消费群体，但新车交付节奏不稳定，一直是这家公司的软肋。

下图：小鹏汽车的主创团队来自互联网行业，谙熟网上的话题炒作营销手法。虽然至今没有实现整车交付，但小鹏汽车一直不缺关注度。

图片：视觉中国



## 轻资产模式备受质疑

“是骡子是马总得拉出来遛遛”，看一家汽车创业公司是否有投资价值，最靠谱的指标，就是看能不能按时实现整车批量交付。

但在“新造车势力”阵营中，更加吸引外界眼球的，是这个圈子内不时爆发的口水仗。说到口水仗，蔚来汽车与小鹏汽车的创始人近期的隔空“对赌”，刷爆了朋友圈。

打赌的起因，是小鹏汽车创始人何小鹏曾放言：今年没有任何“新势力”能够做到“1万台车交付”。稍后，蔚来创始人李斌在其深圳中心开业时，隔空喊话何小鹏，在年底前蔚来肯定能做到交付1万辆。谁输了，就买下对方品牌的一辆车。随后，何小鹏也在社交媒体上回应接受李斌的赌局。

与喜欢在北上广深地建豪华亿元租金搭建展示厅的蔚来一样，名不见经传的小鹏汽车，在圈内也算炒作

近期之所以如此高调，是为了用口水仗来转移公众的视线，因为这家公司原本承诺今年10月实现首款量产车的正式交付，但从各种渠道传来的信息显示，小鹏对无法在预定时间表内完成既定目标。

的确，对现阶段“新造车势力”一众玩家而言，什么时候实现首款“量产车交付”，是一个让人相当难堪的话题。近两年来，资本拔苗助长之下，缺少技术、营销资源积累的“新造车势力”一拥而上，硬着头皮上马新车。放在几年前，创始人还可以用漂亮的PPT忽悠投资人，但随着时间推移，市场对这些创业公司的“空头支票”已不再感冒。空谈误事，最“硬气”的指标，就是看能不能按时实现整车批量交付。

但这一关键指标，却是绝大多数“新造车势力”的最大软肋。和传统车企拥有完整的产品研发、制造销售链条不同，国内近年来出现的这批电动车制造商，绝大多数采用的是代工模式。比起从零开始自建工厂，“弯道超车”的代工模式优势太明显了，初期投入低，能帮助那些白手一张的“新造车势力”更快实现量产，蔚来的ES8便是找江淮汽车代工生产的。代工模式虽然节省初期成本，但是企业难以亲自参与其中，掌控每一项

成本、时间节点、可靠性等问题要求都很高，其产品创造和制造必须掌握在自己手里。他认为，不管是传统车企还是“新造车势力”，面对的产品逻辑都是一样的：产品创造，主要是看看设计研发能力；产品制造，主要是考察供应链管理能力和工厂管理能力。在汽车行业，要想打响一个全新的整车品牌，必须100%掌控自己的制造体系，这是一个绕不过去的门槛。“我不认为有其他的途径可以绕过这个重要环节。”沈晖这样认为。

## 纯电动车还要补短板

其实，“交车难”背后真正的潜台词是“没订单”或者“卖车难”。这也并非“造车新势力”独有的隐痛，而是当前整个电动汽车产业面临的共同难题。

根据乘联会的数据统计，今年1-7月，纯电动乘用车销量刚过30万台，中型车上更为惨淡，仅仅2000辆出头。纯电动乘用车仅仅切掉了极小的一

的富康品牌将正式复活并推出其首款纯电动车，该车计划于今年年内上市。2019年，富康还将推出一款插电式混动SUV车型。

同样是在8月底，北京现代推出索纳塔插电混动版，三款车售价为22.28-25.68万元。这一定价，和雅阁、凯美瑞的普通混合动力版本价格相当。另据媒体报道，韩系车另一主力东风悦达起亚今年8月也推出首款插电混合动力车型起亚K5PHEV。事实上，早在去年8月，北京现代就推出旗下首款纯电动车型新伊兰特EV的GS版和GSplus版，售价分别为19.98万元和20.28万元，扣除各种补贴后，两款车的售价在11万元出头，定价直逼

比亚迪、吉利等自主品牌的新能源车型。今年年底，上汽大众计划推出朗逸纯电动车型，上汽通用在今年北京车展期间正式亮相了插电混动式Velite6以及纯电动SUV车型Enspire。其中，Velite6将于今年9月正式上市，纯电动SUV Enspire也有望在今年年底推出。

从此前车企发布的新车计划看，广汽本田旗下首款纯电动SUV也将于今年下半年上市，“同门兄弟”东风本田则将于2019年推出首款纯电动SUV。

益群

微创新

# 找回“积木时间”

■本报记者 张晓鸣

在数字屏幕统治的娱乐环境下，包括积木在内的传统玩具生意遭遇新技术和数字化娱乐带来的巨大冲击，连行业中的百年老店玩具反斗城，在美国也面临破产清算……技术进步必然会带来生活方式的变化，在今天，传统积木要重新赢得孩子和家长的青睐，并不是件容易的事情，不过，玩具制造商正在努力做出改变。

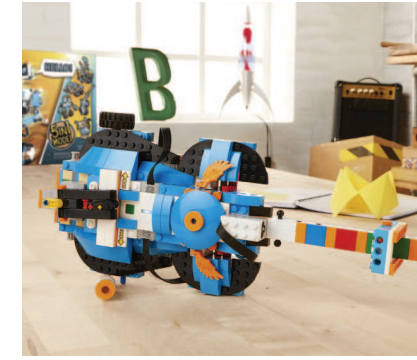
说起乐高，许多人第一反应是ABS工程塑料。这种材料具有高强度、耐冲击性、低毒性、易加工的特性。日常使用的家用电器，大多数采用此塑料代替金属作为骨架。卖到世界各地的乐高玩具，用的也是它。

靠着这种不起眼的塑料，乐高风靡全球。乐高最畅销的核心产品是一种塑料拼搭积木，这种积木一端有凸粒，而另一端有可嵌入凸粒的孔，通过将不同形状和颜色的积木进行拼搭，可以创造出各种模型。小朋友照着使用说明书，就能拼出自己身边熟悉的各种物品——房子、汽车、轮船、动物，等等。当这些大小不一、五彩斑斓的积木与创造力和想象力碰撞后，还能随机组合出一个不一样的世界，除了给小朋友带来满足感和成就感，还能培养他们的想象力和智力，可说是货真价实的“寓教于乐”。

不过，即便被无数人赞誉为“成长岁月中的美好回忆”，但近年来，乐高的用户，还是被各种数字娱乐产品一点点抢走。比如在中国，随着移动互联网和智能设备在中国的高速发展与普及，中国青少年的首次“触网”年龄呈低龄化发展趋势，iPad和电子游戏，取代传统玩具，成了许多都市儿童的贴身玩伴。根据中国互联网信息中心发布的《第41次中国互联网络发展状况统计报告》，截止到2017年12月，我国的7.72亿网民中，19岁以下网民数量已达1.77亿人，占全国网民数量的22.9%，其中，10岁以下的网民数量达到2548万人，占19岁以下网民数量的14%，且这一占比还在逐年上升。

越来越多的孩子喜爱电子游戏已经是不争的事实，而乐高要从这些孩子有限的游戏时间里争取到“积木时间”，这是个艰巨的任务。乐高的做法是，将传统玩具与数字玩乐融合，今年5月，乐高视频专区登陆腾讯视频，小朋友可以在腾讯视频PC端、移动端、TV端及“小企鹅乐园”App，观看超过五百条精彩视频内容。这些精心拍摄的视频巧妙地将数字技术融入传统积木当中，用乐趣无穷的新玩法，鼓励家长和小朋友玩真的玩具。

比如一款可以学习编程的积木，当小朋友将玩具口琴靠近“乐高猫”时，猫咪可以吹响口琴，耳朵还会动。据介绍，除了“乐高猫”之外，在搭载了Lego Boost工具包之后，任何现有的乐高玩具都能立刻变成电动玩具或动作感应玩具。除此之外，家长和孩子现在也可以通过配套的iOS或者安卓应用，在自己的智能终端上控制乐高机器人的活动。更有意思的是，孩子们还可以通过学习编程，让机器人做出更多的动作。当然，这里的编程并非一般意义上的“敲代码”——用户只需用手指在终端屏幕上，按照想法拖动各种模块就可以了，这种寓教于乐的玩法，要比简单的通关游戏有意思多了。



不仅仅是乐高，国内相关公司眼下也开始涉足传统积木的数字化再开发，比如近段时间的爆款产品米兔机器人。这是一款支持手机遥控和模块化图形编程的积木机器人，属于小米生态链产品，499元的售价显得非常亲民。和米兔机器人相似，由创业企业葡萄科技开发的“科技积木”一不小心也成了“网红”。科技积木内置了智能芯片，并融合了遥控、编程、传感器等多种高科技，在玩法上则结合中国文化，让孩子从小就能用科技构建和运行属于自己的世界。

图片 视觉中国

链接

## 正面交锋时刻已来

6月20日，东风日产首款纯电动车型——轩逸纯电动版开启预售，补贴后预售价为16.6万元。据悉，这款车将在今年10月份正式上市。轩逸是东风日产旗下最为畅销的车型，平均月销3万辆。从最畅销的车型入手推出纯电动车型，且补贴后的售价拉低至16万元左右，由此不难看出东风日产发力新能源汽车市场的决心。

8月底的成都车展上，已经停产十年之久

