

# 造车新势力上演生死竞速 车企面临盈利与交付大考

本报记者 黄辛旭 石英婧 上海报道

经过近两年的“抢钱抢人”大战之后，造车新势力逐渐摘掉了“PPT”造车的帽子。

近日，关于造车新势力的“捷报”频传：游侠汽车获得50亿元B轮融资、车和家宣布完成30亿元B轮融资、威马汽车举行了EX5首台量产车试装下线仪式、蔚来汽车量产车型ES8即将交付、电咖汽车等宣布工厂开始建厂。



## 命系融资

“融资是互联网造车生存和发展的关键。”据不完全统计，2017年造车新势力合计融资约达到了220亿元。

对于造车新势力而言，融资是保证前期项目推行的关键。按照威马汽车的预估，整体布局完成至少需要投入200亿至300亿元。小鹏汽车董事长何小鹏也曾在融资发布会上直言：“融资是互联网造生存和发展的关键。”因此造车新势力在资本战场的厮杀一直不停。据不完全统计，2017年造车新势力合计融资约达到了220亿元。

就在最近的3月31日，成立于2014年的游侠汽车宣布其B轮融资为50亿元。目前游侠汽车已累计融资62.2亿元，整体估值122亿元。“由原来的不被看好，到现在引来诸多机构的投资，我们的付出和努力在一定程度上得到了证实。”游侠汽车董事长卫俊在媒体沟通会上表示。

而其他造车新势力在融资方面的表现也可圈可点，热度一直很高的威马汽车和蔚来汽车的融资已超百亿级的规模。其中威马汽车刚刚完成了10亿美元（约合人民币63亿元）的B轮融资，截至目前累计融资已超120亿元；蔚来汽车的5轮融资已超146亿元；奇点汽

车3轮融资超46亿元；小鹏汽车3轮融资超50亿元；近日车和家宣布融资超过50亿元；拜腾汽车正在进行B轮融资，预计10亿~20亿美元（约合人民币63亿~126亿元）。“不过未来，融资集中化会是一个趋势，毕竟主流厂家才能获得认可，而主流的投资方未来也会有自己核心的投资对象。”崔东树直言。

但与此同时，关于造车新势力资金链的质疑也从未停止。近日，有媒体报道称蔚来汽车内部人士向媒体透露了一份盈利预测信息，预计蔚来汽车今年将实现整车3万辆销量及114亿元的营业收入，而且或将面临51亿元的亏损。根据这份盈利预测，蔚来汽车将在2020年实现盈利，到2021年，蔚来汽车各项业务的总营收将达到1543亿元，净利润也将升至161亿元。而且还有媒体爆料称蔚来汽车资金链可能出现了问题。对此记者向万锐求证时，万锐表示蔚来汽车方面对于这些文章不予置评，并多次强调：“蔚来汽车不会公布目标数据，我们坚持做到再说。我们会阶段性主动向媒体公布我们的具体成果。”

但值得注意的是，汽车属于资本技术密集型的产业，资金需求是当下造车新势力共同的忧虑。以特斯拉为例，在2017年销量创下10.3万辆的纪录下，其交出的成绩单却并不好看，净亏损达19.6亿美元（约合人民币123亿元）。因为特斯拉再三延迟车辆交付时间，近期被曝如果没有后续融资，资金将在年底前耗尽。这个市值与福特汽车相当的电动车制造商，目前陷入了四面楚歌的境地。而这对于其他造车新势力而言并非好事，尤其目前面临量产ES8的蔚来汽车能否顺利交付将会在很大程度上影响公司盈利。“蔚来汽车向交付购车意向金的用户承诺的时间是今年9月底之前确保前1万辆创始版车型交付完毕，10月份开始交付常规车型。”对此万锐有把握地表示。此外对于盈利问题，造车新势力当下一般都会选择避而不谈，威马方面表示：“盈利时间，目前还不方便说。我们当前的首要任务还是要把产品做好，真诚坦诚一点，把产品做好，用户自然会买单。”

沈晖向《中国经营报》记者坦言。蔚来汽车传播总监万锐则告诉本报记者：“蔚来从创立之初就已经在申请生产资质，运营一个企业需要具备很多项类似的资质。蔚来一直是按照既定的节奏按国家相关规定在解决相关问题。目前蔚来ES8产品已经上牌了。”

根据造车新势力的计划，不少企业的产品都将集中在今年推出。全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树认为：“今年将是关键的一年。”

## “准生证”之痛

2017年5月16日以后，再无企业获得发改委审核的生产准入资质。

若说盈利问题还是遥遥无期的“远方”，而当下生产资质则是造车新势力不得不面对的现实。根据国家发改委和工信部联合发布的《新建纯电动乘用车企业管理规定》，造车新势力的产品要获得量产落地，必须要获得两张“准生证”，一张由发改委审批的生产准入资质，另一张由工信部负责的生产销售审批。

实际上，自2015年7月《新建纯电动乘用车企业管理规定》开始执行后，先后有15家新建企业获得了发改委审核的生产准入资质。但自2017年5月16日以后，却再无企业获得批复。据了解，不少造车新势力的产品推出时间都集中在2018年~2019年，在这发展的关键窗口期，国家放缓甚至暂停新增新能源汽车的资质审批。此前有专家分析暂停发放主要是目前已获得新能源生产资质的企业进展缓慢，对新能源汽车发展的带动作用未能达到此前预期效果，没形成“鲑鱼”效应。但这对于造车新势力而言无疑是一次“打击”，生产资质落空就意味着前期的巨额投资将打水漂。

根据拜腾汽车中期目标，计划在2019年底能够成功下线产品。戴雷称，

## 唯快不破？

云度汽车从成立到上市时间为22个月，蔚来汽车从成立到上市时间为37个月，小鹏汽车从成立到上市时间为46个月左右。

目前不少造车新势力推出了量产车型，产品的落地速度将成为造车新势力的最关键考验。当前蔚来汽车量产车型ES8即将交付；威马汽车近日在温州举行了EX5首台量产车试装下线仪式，并宣布开启量产进程；近日拜腾汽车的纯电动概念SUV在国内亮相，并会在今年4月的北京车展上正式与公众见面。根据不少造车新势力的计划，2020年前后都将实现大规模量产。除了推出量产车型之外，造车新势力在工厂建设的步伐也逐渐加快。今年4月3日，游侠汽车的湖北工厂正式启动，同日电咖汽车宣布绍兴整车生产基地破土动工。

在造车新势力创造速度纪录的同时，有媒体对造车新势力的产品研发周期提出了质疑和质量担忧，称之前传统企业研发一款车需要48~60个月的周期，造车新势力研发生产资源并不像传统车企那么完善，但是造车新势力的速度都非常迅速。例如云度汽车从成立到上市

时间为22个月，蔚来汽车从成立到上市时间为37个月，小鹏汽车从成立到上市时间为46个月左右。“其现在在产品研发周期可以通过新技术来压缩，现在国际和国内的造车周期都在提速，不会像48~60个月那么久，但仍然也没有像传统造车势力那么短。”一位不愿具名的汽车工程师告诉记者：“不过每个企业的实际情况是不同的，不了解其细节因此无从判断。”而面对一些消费者对蔚来汽车展车质量做工的吐槽，万锐也只表示：“蔚来会确保向用户交付符合质量标准的产品。”

蔚来如何完成成本摊销和盈利释放是造车新势力在量产时面临的更大挑战。“造车新势力的车会做得炫一点，但是规模化的能力会比较弱。所以我们强调的是既要吧车做得好，也要有规模化的能力。”威马汽车联合创始人战略规划副总裁斌表示。而面对记者对蔚来汽车能否完成量产的疑问，万锐婉言表示了对蔚来汽车的相信：“汽车不是一个赢家通吃的行业，

各个企业都有自己的生存发展的路径以及目标节奏。蔚来发展到目前阶段基本达成了大的既定目标。”在销量目标上，根据网传消息蔚来汽车今年的目标是3万辆，而云度的销量目标则为3.5万辆。值得注意的是，到2017年底，云度π1因地标审批延期和产能等问题共销售了2400多辆，仅完成了去年1万辆销量目标的24%。而回顾2017年，只有9家车企的新能源汽车销量超过了3万辆，且均为传统车企。后续造车新势力想要抢占市场份额完成销量目标，不得不面对传统车企群狼环伺的局面。

随着2018年造车新势力进入量产落地阶段，传统车企也驶入转型的快车道，留给造车新势力的时间已经越来越少。一位不愿具名的汽车分析师则直言道：“未来并不是百花齐放的局面。尽管目前涌入了很多造车新势力，但考虑到汽车行业是若干年持续烧钱的行业，最后应该只会剩下几家。”

# 业绩遭遇断崖式下跌 江淮汽车低价战略能否持续？

本报记者 刘媛媛 上海报道

近日，江淮汽车发布年报，2017年公司实现营业收入491.46亿元，同比下降6.37%；归属于上市公司股东的净利润为4.32亿元，同比下降62.83%。扣除非经常性损益后的业绩腰斩

对于公司业绩的下滑，江淮汽车在财报中表示，“主要是受SUV产品销量下滑、新能源补贴退坡和原材料价格上涨等因素的影响。”综合分析产品，其中对公司销量下滑影响比较大的是乘用车里的SUV产品，2017年江淮汽车SUV产品实现销售1213万辆，同比减少1542万辆，主要系SUV产品里的S3产品销量下滑和新品S7上市后销量未达预期。

江淮汽车在投资者互动平台上

在业绩腰斩的背后，江淮汽车一直无法摆脱低质低价的形象。根据汽车之家网发布的2017年投诉车企单一品牌排行榜显示，江淮汽车2017年累计投诉694宗，位居自主品牌车企第7位，仅12月投诉量就达98宗。从江淮汽车旗下车型投诉分布情况来看，三年内未出保新车投诉占比61%，尤其是2016款两年内的新车投诉占比最大，达到27%。

净利润亏损近亿元，这是江淮汽车扣非净利润自进入21世纪以来的首次亏损。

摆在江淮汽车面前的难题不只是如何提振业绩，此前，江淮汽车一直被质疑沦为蔚来汽车的代工厂，更有传言称江淮与蔚来已经进入分

表示，2017年公司销售各类整车及底盘51.09万辆，同比下降20.58%。由于公司业绩下滑，公司经营团队进行了降薪，其中董事、高管团队平均降幅50%，强化经营团队的责任担当。

汽车行业资深专家贾新光向记者分析指出，江淮汽车过去一年销量持续暴跌或也与整体市场行情有关。2017年乘用车市场整体呈下滑态势，尤其是SUV市场，从此前的50%~80%的增长速度下降到不足20%。

作为江淮的销售主力，瑞风S3在销量急速下滑的同时产品品质方面同样屡遭质疑，记者梳理发现，车质网的投诉案例中瑞风S3就超过了1000起，一些车主反映，瑞风S3存在生锈、发动机异响、吃胎磨偏、车辆跑偏等问题，这让瑞风S3的口碑受到了极大的影响。

针对产品的质量把控，投资者互动平台上同样出现不少质疑的声

手倒计时。

日前，安徽江淮汽车集团股份有限公司（以下简称“江淮汽车”）在上证e互动平台回答投资者提问时表示，公司和蔚来汽车自合作以来一直保持良好的合作关系，目前双方正在集中精力做好ES8的高品质产、交

记者注意到，作为江淮汽车控股的上市公司，安凯客车的业绩也同样处于水深火热之中。安凯客车财报显示，公司2017年实现营业收入54.49亿元，同比增长145.4%；净利润亏损2.3亿元，同比下降548.20%。2017年，公司实现客车销量8717辆，同比下降14%。还原新能源补贴后，营业收入同比下降18.25%。

安凯自被并入江淮之后，为何一直没有太大的突破？汽车行业资深评

音。3月30日，江淮汽车方面回应称，质量是生存发展之本，抓质量和售后服务一直是公司的重中之重，未来公司仍将继续努力提升产品和服务质量，提高客户满意度。

“江淮汽车原来是做商用车的，后来为了扩大利润就再加了一块乘用车业务，虽然起步不算太晚，但在产品的品质把控、技术的研发各方面都与吉利和长城等自

主的准备度。针对后续产品的合作，双方正在积极、友好地协商中。

连日来，《中国经营报》记者多次致电致函江淮汽车董秘办及品牌部，其品牌部相关负责人表示，公司正在预备北京车展品牌日活动，无法接受采访。

论员钟师在接受记者采访时表示，安凯客车早前价格贵、利润高，客户多为央企等大单位。市场正常化后，由于缺乏价格优势，逐渐被宇通客车抢占了市场。“安凯客车曾经是中国豪华客车的领导者，为高端市场需求而起，而现在高端市场的需求已经不存在了，公司目前想由高端再往中端转型，但很困难，因为成本控制得不好，产品的制造工艺也没有很好地提升，只能每况愈下。”

主品牌差距较大。没有形成体系的优势，慢慢地竞争就乏力了。”钟师告诉记者，如今江淮汽车调整定位或已来不及。“现在市场竞争那么激烈，整体呈快速增长的局面，给企业的时间窗口很短，逆势上扬几乎没有成功的可能。而且中国汽车市场集中度很高，用户购车更加成熟、理性，一旦掉队了，其他品牌很快就会抢占份额。”

## 欲借新能源翻盘？

值得注意的是，近日，有媒体爆料江淮汽车意大利设计中心总经理兼设计总监路迪已经从江淮汽车离职，3月初，一位业界资深的设计师已加盟江淮汽车本部。对于这一消息的真实性，江淮汽车方面未予以回应。若消息属实，此次路迪的离职和新设计师的加盟或预示着江淮汽车的自主造型设计将迈入新的征程。

不过，在钟师看来，现在谈汽车设计的本土化尚不现实，中国在这方面的控制能力还很弱，人才也很少，目前还是以仿制国外的汽车造型设计为主。只能是请国外的设计师来中国工作，带领中国的团队一起磨练，慢慢通过收取中国市场的各种信息来了解中国消费的偏好，这个磨合期可能需要5~10年。

“江淮汽车最后的翻盘机会是在新能源车上，但新能源处于尚未成熟的初期发展阶段，是否有机会突围得看它战略如何，而且各家自主品牌在新能源战场上厮杀得很厉害，市场还需要一定的沉淀期。”钟师说道。

据了解，江淮汽车在新能源领域布局较为积极。早在2016年

4月6日，江淮汽车与蔚来汽车签署战略合作框架协议，双方将全面推进新能源汽车、智能网联汽车产业链合作，预计整体合作规模约100亿元。

然而，自双方宣布达成战略合作以来，江淮汽车沦为“代工厂”的质疑声不断，与蔚来汽车的合作关系能否持续也一直是投资者所担忧的问题。

据媒体报道，此前蔚来汽车不仅在体验中心的展车上抠掉了“江淮蔚来”的汉字标识，还要求蔚来ES8不会与江淮品牌共线生产，该款车是在江淮汽车专门为蔚来打造的全新工厂中生产的。

今年4月4日，江淮汽车表示，公司和蔚来汽车自合作以来一直保持良好的合作关系，后续产品的合作，双方也正在积极协商中。

另据公司发布的销售数据，2017年公司累计销售纯电动乘用车超2.8万辆，同比增长53.86%；在刚刚过去的3月，公司新能源车销售超过5000辆，同比增长234.95%。这或许能暂时给市场一个定心丸。

特约撰稿朱金东对本文亦有贡献