

“新基建”风口下各路资本加码建桩

## 充电桩龙头特来电盈利“成谜”商业困局难解

本报记者 陈茂利 北京报道

近期,曾经一直“站在”失落角落的充电桩行业走到了聚光灯下,按下了“加速键”。

不久前,新能源汽车充电桩被纳入“新基建”概念,借势于此,该行业有望激发万亿元级别的市场。资本永远追着“风向”跑,当前充电桩行业已经吸引大量资本进入。目前,国家电网、南方电网宣布2020年充电桩建设投资规模

## 仍未走出“盈利难”困局?

众所周知,充电桩行业有“重投资”“盈利难”的特性。充电桩行业在进入2018年后开始陆续洗牌,作为行业龙头,特来电盈利情况一直都备受行业关注。

小米雷军那句“站在风口,猪都能起飞”如雷贯耳,而今,站在风口下的充电桩企业能否依靠市场的力量存活,成为备受关注的话题。

事实上,作为充电桩行业龙头企业,特来电盈利情况一直是“难题”。近日,特锐德发布2019年年报。2019年,特锐德实现营业收入总收入67.39亿元,同比增长14.15%;实现扣非净利润1.51亿元,同比增长106.23%。

不过,特锐德并没有在年报中披露特来电净利润情况,仅表示,“2019年全年充电量近21亿度,较去年同期增长86%。公司新能源汽车充电生态网业务实现营业收入21.81亿元,比去年同期增长48.87%;毛利润5.70亿元,比去年同期增长82.54%。”

毛利润不同盈利,特来电是否如于德翔所说,“已跨过盈亏平衡线,进入收获期,开始盈利”,特来电品牌中心相关负责人表示,“包括特来电在内的所有经营业绩,除了年报外,(特锐德)不再做任何披露。”

与2019年4月大张旗鼓地宣布特来电充电桩业务实现盈利相比,特锐德在年报以及2019年业绩说明会上的低调,让人很难不猜测,2019年特来电尚未走出“盈

增加10倍,行业龙头企业特来电也完成13.5亿元A轮融资计划。同时,“新基建”又搅动带来一批新进入者,包括宁德时代、华为等,近日华为宣布推出旗下快速充电桩品牌HUAWEI HiCharger。

而身为充电桩行业龙头,特来电新能源有限公司(以下简称“特来电”)的盈利情况一直都备受行业关注。在业内人士看来,只有行业龙头实现盈利,其他追随者才能有机会分

得一杯羹。

“特来电已跨过盈亏平衡线,进入收获期,开始盈利。”特来电母公司青岛特锐德电气股份有限公司(以下简称“特锐德”,300001.SZ)董事长于德翔曾在2019年4月宣称。

但在近日发布的年报中,特来电运营的充电桩业务是否实现盈利?面对外部的提问,特锐德讳莫如深。记者向特来电品牌中心相关负责人询问公

司的盈利情况,对方表示,“包括特来电在内的所有经营业绩,除了年报外,(特锐德)不再做任何披露。”

特来电的“盈利难”问题是行业的缩影,事实上,整个行业都饱受盈利之困。上述负责人也坦言,“50%的充电桩企业还没有盈利就死掉了。”不过,随着充电桩被纳入“新基建”,各路资本高调杀入充电桩行业,充电桩行业势必迎来新一轮的混战。

## 引入战略投资者“输血”

今年3月初,特锐德发布公告,特来电引进了A轮融资的战略合伙人,共募集资金13.5亿元。

“特来电从2014年成立到现在,6年的时间投资接近60个亿,我们也是2018年底的时候,刚刚实现了盈亏平衡。”上述负责人告诉记者。

充电桩运营为重资产行业,具有投资规模大、回报周期长等特点。一家充电桩企业要想在行业中脱颖而出,除了坚持外,还需要持续资金投入。

研究特锐德的年报也可以发现,充电桩建设是一门极其花钱的生意,其中涉及设备制造、充电运营、电力电子、智能调度、车的调度、大数据、能源管理等环节。于德翔曾表示,“要把充电网的技术体系完全打通至少需要持续投资三年时间”。

除了巨额投入,特来电还要面对亏损的压力。于德翔在接受媒体采访时表示,“差点儿把母公司特锐德亏没了”。记者统计发现,2015~2019年特锐德累计扣非后净利润约为7.57亿元。对比6年时间投入近60个亿,仅依靠母公司特锐德盈利并非长久之计。

事实上,特锐德一直在筹划引入

战略投资者。今年3月初,特锐德发布公告,特来电引进了A轮融资的战略合伙人,共募集资金13.5亿元。对于此次增资,于德翔表示,“将用于发展新能源汽车充电业务。”

对于特锐德此次增资,业内也多有猜测:这是特锐德将特来电拆分上市的前奏?对此,上述负责人回应称,“我们一直在关注证监会的政策,并没有进入相应的准备阶段。但不排除未来有这个可能性。”

不过,即便是想拆分上市,也并不如想象的那样简单。2019年12月14日,证监会发布《上市公司分拆所属子公司境内上市试点若干规定》,规定明确了分拆条件,规范了分拆流程和强化了中介机构职责。

其中,规定要求上市公司最近3个会计年度连续盈利,且最近3个会计年度扣除按权益享有的拟分拆所属子公司的净利润后,归属于上市公司股东的净利润累计不低于6亿元人民币。对于拆分特来电,归属于特锐德股东的净利润累计是否不低于6亿元人民币,还很难说。

## 各路资本涌入加码建桩

3月5日,特来电对外宣称,公司获得约合13.5亿元人民币的A轮融资。

尽管充电桩市场尚未实现盈利,但是随着充电桩被纳入“新基建”,包括国有资本、民营资本、外资等各路资本以高调姿态杀入到充电桩行业。

有行业摸底调查数据显示,预计2020年全年能够完成投资100亿元左右,新增公共充电桩大概20万个,新增私人充电桩能超过40万个,公共充电站达到4.8万座。这意味着充电桩行业将迎来新一轮的建设期。

目前,行业竞争格局趋于稳定。数据显示,截至2019年底,全国充电运营企业所运营充电桩数量超过一万余台的共有8家,分别为特来电运营14.8万台,星星充电运营12.0

万台,国家电网运营8.8万台,云快充运营4.0万台,依威能源运营2.5万台,上汽安悦运营1.8万台,中国普天运营1.4万台,深圳车电网运营1.3万台,上述8家运营商占充电桩运营总量的90.2%。

但随着各路资本的加入,势必会引起混战,行业排名或许会发生变化。在这种背景下,要想继续保持行业龙头的地位,特来电必须应战。

3月5日,特来电对外宣称,公司获得约合13.5亿元人民币的A轮融资。特锐德在公告中表示,通过本次增资,将大幅提升特来电的资本实力和未来业务开拓能力,进一步推进及完善公司在充电领域的战略布局。



充电桩行业盈利之困或有望得到缓解。

本报资料室/图

利难”困局。

事实上,整个充电桩行业都饱受盈利之困。“重投资”“盈利难”,充电桩行业在进入2018年后开始陆续洗牌。行业内,容一电动解散、新三板的富电绿终止挂牌、普天新能源55%的股权挂牌出售……

有数据显示,2017年,中国大概有300多家充电桩企业,2019年底,50%已经退出这个行业。还有30%的企业在苦苦挣扎,在盈

亏平衡的一个基准线上挣扎。

“50%的充电桩企业还没有盈利就死掉了。”上述负责人坦言,“2014年行业发展初期,很多企业跑马圈地建了很多充电桩,根本就没有考虑布局问题。充电桩建在了位置偏僻的地方,利用率不高造成了浪费。而且过几年桩没有那么先进了,有些车主来充电充不进去,以后可能再也不来了。”

除了充电桩的利用率问题,

商业模式没打通也是影响盈利的重要原因。于德翔曾多次公开表示,企业正确的路线应该是“充电网”而非“充电桩”,“充电桩仅能满足新能源车充电的基本需求,赚取充电服务费,商业模式单一;充电网利用本身规模化、集成化、数据化、互联网化的优势,在满足基本充电需求的同时,可衍生出数据增值、充电安全、能源交易、电商服务等多种商业模式,有更大的价值潜力”。

## 收购野马汽车 升级造车新势力

## “低速电动车”雷丁汽车转型难掩隐忧

本报记者 尹丽梅 董海华 北京报道

多年以来,与其他低速电动车企业一样在政策夹缝中生存的雷丁汽车,近日开启品牌进阶之路,加速向新能源汽车领域转型。

有分析人士表示,雷丁品牌进阶的背后,是低速电动车市场近几年的“野蛮生长”,导致其存在严重的产品质量和道路安全问题。如今,一直游

## 转型求生

雷丁汽车创立于2008年,公司主体为山东梅拉德能源动力科技有限公司(以下简称“梅拉德公司”)。天眼查数据显示,梅拉德公司成立于2012年10月29日,注册资本1亿元,法定代表人为舒欣。公司经营范围包括电动场地车、园区电动巡逻车、电动游览观光车、电动汽车及配件生产、销售及技术开发等。梅拉德公司股权穿透后,控股股东为比德文控股集团有限公司,后者持有前者100%股权。

雷丁汽车总部位于山东潍坊,山东省是全国低速电动车生产大省,而潍坊也素有“低速电动车之乡”之称。雷丁汽车的销售市场以面对三、四线城市以及其乡镇地区为主。

公开数据显示,雷丁汽车2016年的销量为15万辆,位居低速电动车行业榜首;2017年,其销量攀升至21万辆;2018年,其全年销量

走在灰色地带的低速电动车产业正面临政府的清理整顿。“现在面临的不是不进则退,二是不进则败”。

《中国经营报》记者梳理发现,雷丁汽车于2019年通过战略重组四川野马汽车股份有限公司(以下简称“野马汽车”)获得新能源乘用车生产资质。在手握生产资质之后,雷丁汽车能否成功转型,攻占新能源汽车市场高地仍然存在诸多变数。

进一步上升至28.7万辆,总销售额超过120亿元。

低速电动车产业虽然曾以野蛮生长的态势经历过发展的“黄金时期”,但长期以来低速电动车因为其安全性和不合规,游走于政策边缘。目前,我国在国内政策层面还没有给予低速电动车“合法身份”。

2018年11月,工信部等六部委联合印发《关于加强低速电动车管理的通知》,要求在全国范围内开展低速电动车清理整顿工作,严禁新增低速电动车产能,强化低速电动车规范管理。在监管加严的情况下,低速电动车企业不得不转型求生。

近日,雷丁汽车高调签约品牌形象代言人黄晓明,启动“星蓝计划”,该计划将依托品牌进阶、产品迭代、万店焕新、云上服务四大行动,完成2020年10款产品的终端上市和1000家终端形象的焕新升级。在产品技术层面,雷丁汽车将

雷丁汽车于近期发布的“星蓝计划”,则显示其拟完成2020年10款产品的终端上市和1000家终端形象的焕新升级,以攫取更加广阔的市场份额。

一位长期观察低速电动车领域的资深分析师对《中国经营报》记者表示,低速电动车企业向新能源汽车领域转型,一方面面临技术及研发门槛。另一方面,由于低速

聚焦中短途出行的E·EV产品。

政策因素和企业自身发展需要是这家低速电动车企业进军高速电动车领域的决定因素。“未来两三年内,对低速电动车的目标消费群体而言,进行消费升级是一个主流趋势,消费市场开始加快从低速向高速转变的步伐,企业当然也需要紧跟市场走向进行升级。同时,在当前缺乏行业标准的背景下,低速电动车产业未来的不确定性比较大。”雷丁汽车总经理舒欣近日在接受记者采访时说道。

雷丁汽车对于进军新能源汽车领域早有部署。2018年4月,雷丁汽车全资收购了位于陕西咸阳的陕西秦星汽车有限公司,获得新能源商用车和特种车生产资质。2019年1月,雷丁汽车再度入主野马汽车,以14.5亿元左右的收购价获得了后者100%股份,由此取得了野马汽车拥有的燃油车、新能源汽车生产资质。至此,野马汽车具

备了新能源及传统能源乘用车、客车等完整生产资质。

与雷丁汽车通过并购获得新能源汽车生产资质类似,同处山东的低速电动车车企山东宝雅新能源汽车股份有限公司(以下简称“宝雅新能源”)通过参与一汽吉林汽车有限公司(以下简称“一汽吉林”)混改,获取了进入新能源汽车领域的“门票”。2019年12月,宝雅新能源斥资15亿元获得一汽吉林70.5%的股权,成为后者最大股东,并由此获得了乘用车生产资质。

然而,获取生产资质只是低速电动车车企向新能源汽车领域转型迈出的第一步。对于包括雷丁汽车等低速电动车车企而言,能否摘掉“低速低质”标签,“虎口夺食”,顶住比亚迪、长安、江淮等传统车企的竞争压力,并最终达到转型目标,构建健康的盈利模式才是终极考验。

## 进退两难

当前,雷丁汽车是低速电动车和新能源汽车“两手抓”。对于它而言,“防守”以及“攻击”均充满着考验。

在其既有的低速电动车业务方面,雷丁汽车既面临行业标准缺失的现实,又面临国家政策监管加强的挑战。记者注意到,近期包括四川、重庆、海南、山东、湖南等各地市场监管部门正在启动对非法生产改装、拼装机动车、低速电动车等违规现象查处,并明文规定,严禁扩大低速电动车产能,并清理不达标生产企业。

在新进入的新能源汽车领域,雷丁汽车面临更多考验。“低速电动车企业向新能源汽车领域转型,一方面面临技术及研发门槛。另一方面,由于低速电动车企业多选择以微型电动汽车作为进入新能源乘用车市场,但微型电动汽车企业陷入进退两难处境。而且,低速电动车企还面临与新能源汽车领域的传统车企及造车新势力相抗衡等现实难题。”一位长期观察低速电动车领域的资深分析师对记者表示。

受补贴下滑影响,微型电动车市场份额不断萎缩。乘联会发布的数据显示,2016年微型电动车市场份额为44%,2017年大幅攀升至69%,但2018年骤降至

49%,去年进一步下滑至27%。今年3月,该市场份额仅剩13%,创历史最低纪录。

记者梳理发现,目前雷丁汽车旗下的雷丁i9、雷丁i5、雷丁i3、乐途、CoCo、小骑士、S50、D80八款车型中,仅有雷丁i9的续航里程达到400公里,其他产品续航里程均为255公里以下。

“在微型电动车市场,提升续航里程也面临一个较为尴尬的处境:续航里程得以提升,意味着电池成本也会相应提高,车价也因此受到影响,而这则降低了微型电动车的市场优势。”一位资深业内人士对记者说道。

一位接近雷丁汽车的人士亦对记者说道,雷丁汽车在产品力及渠道布局方面还面临较大考验。另外,虽可借野马汽车资源切入新能源汽车领域,但二者的战略定位和产品布局相差较远,能够融合共用的资源比较有限。

盖世汽车披露的销量数据显示,今年以来,雷丁汽车纯电动车型雷丁i5及雷丁i3累计销量共计232台。

“目前来看,雷丁汽车转型成效尚未显现。无论是技术沉淀,还是品牌运营,在新能源汽车这个新赛道,雷丁汽车还有很长的路要走。”上述业内人士对记者表示。