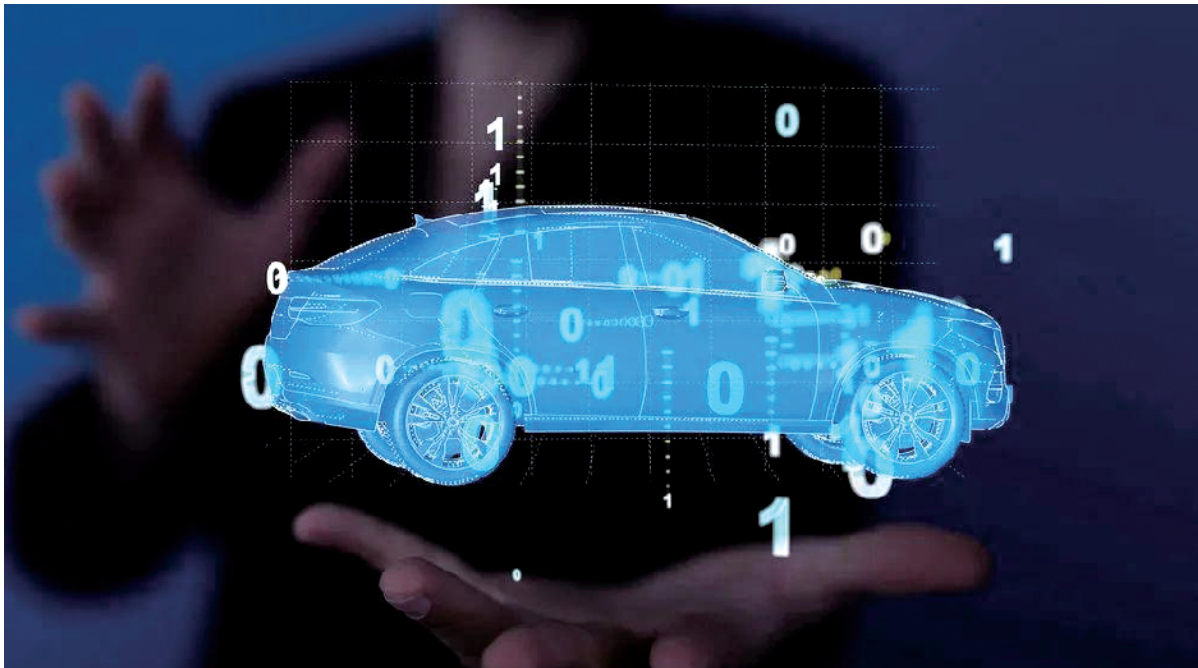


跨界造车混战,真风口还是蹭热度?

今年以来,国内外市场再次掀起“跨界造车热”,不同领域行业的巨头纷纷入局新能源汽车,自动驾驶与智能网联领域跑马圈地,2021已然成为“全民造车年”。但值得注意的是,早有地产、家电、白酒等实力企业率先试水入局,但多数尝试以“翻车”收场。造车真的那么香吗?新四化下造车的核心难点又在哪里?

■新快报记者 张磊
实习生 卢嘉良



科技巨头扎堆,跨界造车成为其必要拼图

今年国内汽车圈最大的变化,便是各大科技公司纷纷宣布造车。5月10日,360公司在其官方微博发文称,将携手造车新势力之一的哪吒汽车,正式进军智能汽车领域。而在此之前,小米集团也批准了智能电动车业务立项,首期投入100亿元人民币。此外,创维、OPPO也在近期内相继宣布或传出筹建造车项目的新闻。

而国内互联网传统巨头BAT中,就已经有两家直接下场入局新能源汽车项目。去年11月,由上汽集团、浦东新区和阿里巴巴集团三方联合打造的百亿级项目高端智能纯电汽车项目“智己汽车”正式启动;2021年1月11日,百度官宣以整车制造商的身份进军汽车行业,正式组建一家智能汽车公司。

种种迹象表明,造车是风口上的选择,后续可能还将面临新一轮跨界玩家疯狂涌入。

新能源板块火热,造车带来资本市场狂欢

在科技巨头紧锣密鼓酝酿布局智能电动车业务背后,是新能源车市场高速增长的愿景。中汽协发布的数据显示,2021年第一季度,我国新能源汽车产销量分别为53.3万辆和51.5万辆,同比分别增长3.2倍和2.8倍,销量再创新高。

再回顾过去一年,新能源汽车急速狂飙,全球新能源汽车销量同比增长36%,国内新能源汽车销量达到136万,同比2019年的120万增长13%。

根据国务院印发的《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》文件要求,新能源汽车新车销售量,将在2025年达到汽车新车销售总量的20%。这也就意味着,即使整体的汽车销量不再增长,按照2019年的销售规模计算,新能源汽车2025年的市场规模将超过500万辆,是目前5倍左右。

新能源汽车5年要完成从130万辆增长到500万辆的规模,这其中巨大的市场缺口,也是科技巨头争相入局“分蛋糕”的重要原因。而在汽车向着“新四化”发展的时代,科技公司在软件实力、智能技术等方面得天独厚的优势也使其拥有在

整体来看,入局智能汽车行业的企业可分为三大阵营:以大众、比亚迪、长城等为代表的积极转型的传统车企,以特斯拉、蔚来为代表的造车新势力,以及以苹果、华为、BAT为代表的科技互联网企业。华安证券分析认为,智能电动车作为一条长赛道,技术复杂度高,资金投入大,其红利释放至少持续15年以上。针对小米等互联网科技巨头而言,智能电动车是其商业布局中的必要拼图。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林分析认为,目前新能源汽车市场竞争已经比较激烈。汽车作为大宗商品,占家庭支出的份额较大,消费者往往更依赖品牌效应。因此从这个角度看,跨界造车的新玩家们如果想从传统车企手中抢得客户,必须先要下大功夫建这些跨界造车的科技公司能否赢得客户信赖,存活下来,还是未知数。

智能汽车领域分一杯羹的能力。

值得注意的是,无论是苹果、小米等科技公司,还是传统车企,几乎只要发布与跨界造车相关的消息,都能引发资本市场的追捧。“小米造车”的消息一出,小米集团的股价直线拉升,涨幅一度扩大至12%。

而资本市场对新能源汽车概念股的青睐在去年已经初现端倪。作为中国的造车新势力,在登陆纳斯达克后,蔚来的总市值也一度超越大众集团位居全球第三,股价同比增长超过1800%;小鹏、理想市值也纷纷冲进前二十,特斯拉市值更是一度登顶汽车制造股。飙升的股价、狂奔的市值,造车带来的资本狂欢可见一斑。

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林分析称,如今造车已经是资本市场的风口,企业一旦曝出造车计划,就带来股价上扬,这也体现出资本对于造车的推崇。汽车产业关联性强,进入造车领域,意味着人工智能、5G等新兴科技将得到更大的应用空间和更深的服务渗透度。因此,跨界造车的市场价值和公司估值都有很大的想象空间。

规模挑战、品控难题……跨界造车暗流涌动

虽然新能源智能汽车整体市值奇高,但经历年狂热追逐,市场已经逐渐开始理性。各家新能源汽车在去年连番市值高企后不断开始出现“挤水”现象。特斯拉市值已从最高值8000亿折损三分之一,比亚迪相比去年股价顶点更是几近腰斩。

泡沫的背后,是产业瓶颈和质量把控难题。芯片供给给汽车带来的挑战不容小觑,大众汽车在中国、欧洲以及北美的工厂都面临减产的威胁,福特汽车北美工厂的产量或会削减10%-20%,江淮蔚来也在今年3月底因“缺芯”而短暂停产。

相比传统燃油车,智能驾驶汽车对数据运算传输提出更高的要求,对芯片的要求也是水涨船高。在全球芯片供给受限的情况下,科技企业手中有限的芯片份额,各个产业之间芯片的平衡则使得这些科技企业陷入两难之境。

规模是跨界车企所要面对的第二大挑战。虽然纯电动平台可以大幅压缩产品研发与验证周期,但新能源车从布局到量产整车落地周期依旧在3-5年。就连已年产50万辆的特斯拉,也在产能扩张、产品一致性和产品智能安全性监管上遭遇了一些困难。从这一角度看,跨界造车在技术

积累、产业链覆盖的劣势显著,生产成本、产品可靠性很难在短期内与传统车企站在同一起跑线上。

此外,层出不穷的电动汽车召回、自燃等问题也是跨界造车所面临的质量考验。在J.D Power发布的2020年美国市场IQS初始质量报告中,特斯拉排名垫底;今年4月份,小鹏汽车自燃、特斯拉刹车失灵等事件备受关注,这也都影射出电动车投诉率高、质量差的消费者印象。而科技巨头跨界造车在强调优势的同时,能否首先保障安全可能性,也是未知的隐性因素。

值得注意的是,相关权威机构调查结果显示,63%的参与者并不认同“智能汽车就是一个手机加四个轮子的说法”。这一定程度上表明,消费者对待汽车产品以及各种新兴技术并不随大流,有自己独到的见解。

全国乘用车信息联席会秘书长崔东树在接受媒体采访时坦言,尽管智能电动车已经是被资本市场追捧的宠儿,但距离真正满足消费者的需求尚有距离。智能电动车还没能对智能手机形成错位竞争优势,比方说,很多智能车机系统的实际体验还不如车主就在车内安装个手机支架。

记者观察

当前新能源和智能网联汽车产业正处于快速发展阶段,科技巨头入局不失为一个好时机,他们的加入也将带动新一轮行业洗牌提前到来。但造车远比想象中难,倒在量产前夜的赛麟、博郡、拜腾汽车在烧掉了上百亿元后黯然离场,特斯拉成立15年后才首次实现盈利,品控问题则一直受争议……科技公司跨界造车能否开启新的篇章,还有待市场检验。



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道