



聚焦新造车企业

# 交付元年 谁能跑赢下半场

相对于2018年造车新企业交付百辆、千辆、万辆的“小打小闹”，2019年被业内看成是真正的新能源汽车元年。对于造车新企业来说，完成交付是2019年的首要课题，错过这个节点，或将注定丧失先机。记者留意到，今年已经入场的约17家主要造车新企业，将与传统自主品牌车企、合资品牌车企等共同角逐超150万辆的新能源汽车市场。新造车企业也开始立下明确的目标，今年第四季度成为其“赶交作业”的高峰。

## 【“龙头”初现】

造车新企业呈“3个梯队”

2018年我国新能源车市场销量首次突破100万辆大关，意味着我国新能源车市场的正式兴起，保守预计，2019年这个数字将达150万辆以上。然而，对于今年要“赶交作业”的新车企，2019年并不是一个好时间。按照我国的政策，到2020年，我国新能源汽车补贴将彻底退出。传统自主品牌享受的高补贴时代已过去，未来大家将共同面临“后补贴时代”的考验。

记者留意到，今年年初，“抢闸”交付的蔚来、威马等新造车企业因国家和地方补贴收缩而宣布上调售价，遭遇不少客户退订。新能源汽车从政策导向过渡到市场导向，形势紧迫，但大批正走在量产交付路上的新车企必须迎难而上。对于新造车企业来说，2019年的首要目标是要先活下来，即拿到新的融资。部分开始交付新车且发展趋于稳定的新车企也开始如传统车企一般，在2019年立下了新一年的目标。

如今在已经入局的近20家主要造车新企业当中，2/3的产品并未量产，同时经过两三年的酝酿，逐渐分化成“3个梯队”，“龙头”和“尾巴”企业逐渐浮出水面。全国乘联会专家分析，第一梯队的车企已经成功脱掉“PPT

造车”的帽子，并实现了量产车交付，如蔚来、威马、小鹏等，他们无疑是佼佼者，在品牌知名度、新车交付进度方面属于“龙头”；此外，零跑、前途、合众新能源、电咖、新特等刚完成产品上市，品牌造势方面虽稍弱，也暂归此阵营。第二梯队方面，则是产品方面接近量产、略有知名度的新车企，如拜腾、车和家、爱驰、华人运通、博郡、正道等，这些车企大多定于第三季度或第四季度量产，随时有跻身第一梯队的可能。至于第三梯队，则是发展已出现疲软的企业，如奇点、知豆、游侠等，或将见不到他们交付新车的一天；也有如云度一般，产品上市多时但表现欠佳的。可以说，第三梯队已进入这场淘汰赛的“尾巴”企业范围。

## 【融资】

后期融资不容易

此前业内就有“特斯拉一分钟要烧掉8000美元”的笑谈，可见造车的花钱程度。在中国所有的造车新企业当中，蔚来无疑是走在最前面的一个，摊子也铺得最大，其不仅成功在纽交所上市，还完成2018年首批1万辆新车交付目标，后续新车量产排期也指日可待。

但别着急羡慕，蔚来跟特斯拉一样，依然是巨额亏损的，赴美公开募股不过是为了募集更多钱来造车。钱是造车新企业的命脉，也分分钟成为压垮造车新企业的最后稻草。公开数据显示，当前蔚来已耗光自2016年至今融资到的150多亿元。业内人士分析，蔚来在2025年前都将持续亏损，并由此面临超过700亿元（2019~2025

年）的资金缺口。入不敷出是造车新企业的真实境况，已出现不少扛不住花钱进度、暂没发展进度的企业。

成立于2014年的奇点汽车，至今已进行6轮融资，累计融资金额超过70亿元，随后负面新闻不断，员工欠薪、新产品上市从2018年拖到2019年春节，如今没有了后续。暂时“不差钱”的企业也面临新的量产交付难题。小鹏汽车董事长兼CEO何小鹏曾多次对外表示，他们手中虽有大量订单，但因制造产能等原因，“消化”就要好几个月，只能排到2019年第二季度。新车量产交付是造车新企业立足市场的第一步，然而无法按时交付新车的后果将可能是退订，退订带来的负面影响是直接的——车卖不掉，要填补造车导致的“钱窟窿”更遥遥无期。

两三年前风光无限的造车新企业如今已让资本市场失去耐心，随着造车新企业的造车周期无限拉长，部分资本离场退出。如今造车新企业的融资已越发困难，近一年新的融资消息已罕有传出。

## 【交付】

新车企上演“密室逃生”

新车交付是造车新企业存活下来的重要一步。2018年，蔚来、威马、小鹏、零跑、云度、新特等都已经迈过了新车上市的门槛，进入量产交付的阶段。威马汽车创始人沈晖对记者坦言：相对于造车，交付环节的复杂性出乎意料，这是其未能按时完成2018年1万辆新车交付的原因。不过，仔细算起来，去年“抢闸”量产的新车企大多扎堆在2018年下半年甚至是年底才开始上市交付新车，如小鹏、零跑，因此，真正的大规模的新车交付只能等到今年。记者留意到，这些占了量产先机的部分造车新企业已公布了2019年的销量目标，小鹏汽车2019的目标是交付3万辆；零跑汽车2019年的销量目

标是1万辆；新特汽车2019年的目标是交付4万辆。

记者留意到，当前新车企风光的酝酿期已过，资金后继乏力，选择今年“赶交作业”是大势所趋，很多新车企不得不硬着头皮迎难而上。不出意外的话，4月份的上海车展将成为造车新企业今年交付前的最后一次“新人亮相”。随后从第二季度开始，造车新企业将集体开启交付的舞台，直到第四季度渐成量产上市高峰，拜腾、车和家、博郡、华人运通等车企首款车型将纷纷上阵。

目前情况很不妙，造车新企业还要面对传统自主品牌对新能源市场的疯狂吞食：作为新能源市场当前销量的“龙头”企业，北汽新能源将新一年的目标设定在22万辆；吉利汽车已将新能源板块升级为独立品牌。

前有虎后有狼，有的新车企仍在踟蹰不前。前途汽车相关人士告诉记者，计划赶不上变化，如今“量产情况无法做出具体判断”。

## 【市场观察】

弱者势必被淘汰出局

如果说2018年大家在国内新能源汽车市场上是“摸着石头过河”，那么，2019年将迎来一场由造车新企业、自主品牌传统车企、合资车企和豪华车企等“群狼”参与的混战。自主品牌汽车企业当前在新能源汽车市场唱“主角”的局面，主要依赖于政策和地方的扶持；而犹如“幼狼”的造车新企业，当前更多的是依赖于市场对新品牌的“宽容”。相对于传统燃油汽车板块的负增长，新能源汽车市场向好是毋庸置疑的。2019年却不一样了。我们明显看见市场的新变化：新能源车补贴退坡、低端纯电动车式微、增程式混动兴起……而所谓扶持和“宽容”营造的格局，随着强大的合资车企和豪华车企阵营有条不紊地集体反扑，将很快产生变化。

2018年6月，国家放开对新能源汽车的外资股比政策限制，特斯拉这家被新车企视为最具威胁的“狼”也来了！时间紧迫，2019年是大家“亮兵器”迎战的分水岭，未来两年“群狼”将进入生死存亡的激战。当所有品牌回归同一起跑线上时，无论是造车新企业还是自主品牌传统车企，都将面临洗牌。竞争是辨别真伪的最好战场，新车企的融资本领、技术实力也将很快分出胜负，弱者势必被淘汰出局。

（据《广州日报》）