

特斯拉事故频发遭五部门约谈 马斯克自曝“别在生产旺季购买”

■本报记者 龚梦泽

2021年2月8日，针对近期消费者频繁反映的特斯拉车辆异常加速、电池起火、车辆远程升级等问题，市场监管总局与中央网信办、工业和信息化部、交通运输部以及应急管理部消防救援局，共同约谈了特斯拉汽车(北京)有限公司、特斯拉(上海)有限公司。

对此，特斯拉在2月8日晚间及时进行了回应。特斯拉表示，诚恳接受政府部门的指导，并深刻反思公司在经营过程中存在的不足，全面加强自检自查。

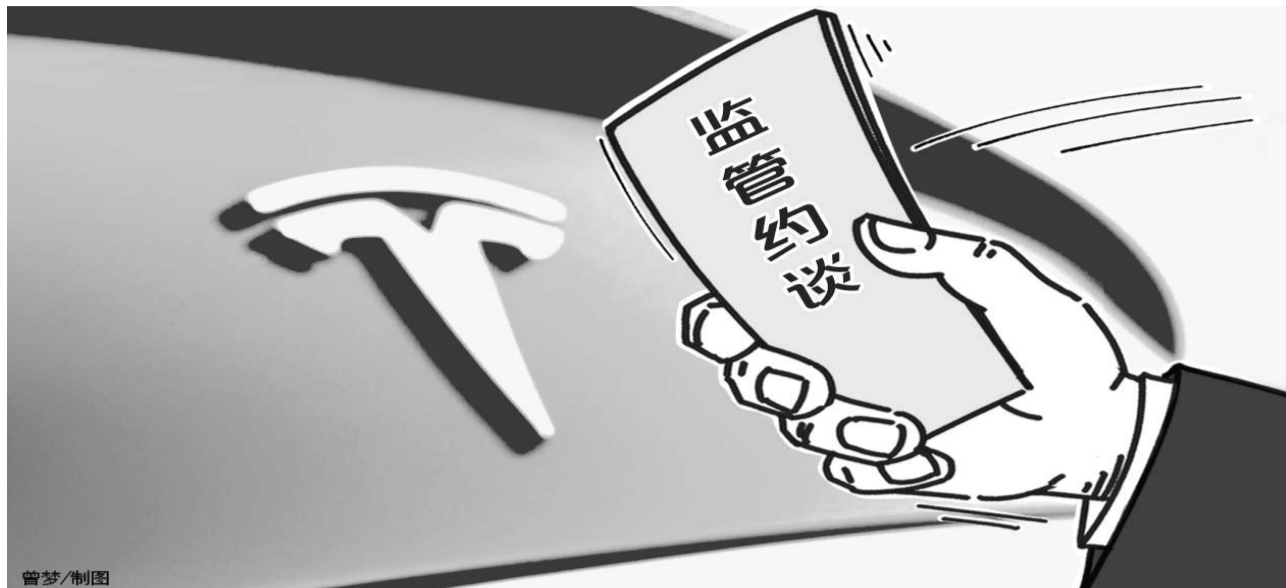
据《证券日报》记者不完全统计，去年至今，国内因特斯拉车辆失控而导致的交通事故累计达到10余起，仅在今年1月份被曝出的事故就有4起，几乎都是因突然加速、刹车失灵或转向失灵等问题引发的。此次市场监管总局等五部门对特斯拉的约谈，也主要是针对消费者反映的异常加速、电池起火、车辆远程升级(OTA)等问题。

值得一提的是，特斯拉CEO埃隆·马斯克近日在与行业分析师桑迪·门罗的一次访谈中，首次回应了关于Model 3质量参差不齐问题。马斯克感慨道：“在提高产量期间，甚至没有足够的时间使汽车油漆干燥。那段时间生产如地狱一般，建议别在生产旺季购买特斯拉，品控差一些。”

特斯拉车辆事故频发 引发市场关注

近日，市场监管总局与中央网信办、工业和信息化部、交通运输部以及应急管理部消防救援局，就消费者反映的异常加速、电池起火、车辆远程升级等问题共同约谈了特斯拉汽车(北京)有限公司、特斯拉(上海)有限公司，要求其严格遵守中国法律法规，加强内部管理，落实企业质量安全主体责任，有效维护社会公共安全，切实保护消费者合法权益。

对此，特斯拉在2月8日晚间进行了回应。特斯拉表示，诚恳接受政府部门的指导，并深刻反思公司在经营过程中存在的不足，全面加强自检自查。特斯



拉将严格遵守中国法律法规，始终尊重消费者权益。目前公司正在政府主管部门的指导下，强化内部工作机制和流程，全方位加强内部管理。对于消费者集中反映的问题，特斯拉方面称，将系统排查，切实落实消费者权益保护工作，进一步落实企业质量安全主体责任，有效维护社会公共安全，未来更好地助力中国新能源汽车市场良性健康发展。

“没有你们的支持就没有特斯拉的今天。”在2020年上海超级工厂首批国产Model 3批量交付仪式上，特斯拉CEO马斯克如此表达对中国政府和消费者的感激之情。数据显示，2020年全年，特斯拉全球的销量逆势增长了36%，接近50万辆，其中中国市场销量接近14万辆，占比近三成，并且贡献了绝大部分增量。

进入2021年，由于国产Model Y车型的降价推出和国产Model 3升级等因素，特斯拉在华销售继续火爆。不过，与此同时，愈演愈烈的质量隐患和避重就轻解决问题的方式，频频刺激中国消费者的神经。

2021年1月1日，上海车主梁女士表示，去年12月30日她驾驶特斯拉Model 3出行时，车辆失控20分钟，期间梁女士拍下了特斯拉21秒的失控状态，脚离开

踏板后，汽车仍然自行加速；不久后的1月19日，上海一名特斯拉Model 3车主在开进地下停车场时，疑似车底摩擦到水孔盖，接着车辆开始起火，整辆车烧到面目全非，所幸并未造成人员伤亡。

无独有偶，今年1月底，南昌特斯拉车主涂先生表示，刚买了6天的新车在特斯拉超充站充完电后，突然断电无法启动。对此，特斯拉售后方面将原因归因于国家电网电流过载导致逆变器损坏。对此，国网南昌供电公司有理有据地进行了回应，并建议特斯拉请专业人士认真查找车辆充电故障原因。

特斯拉(北京)公司计划召回 3.6万多辆进口车

2月4日，马斯克在当地接受美国媒体采访时表示，不要在生产旺季购买特斯拉汽车。马斯克表示，要么一开始就要，要么等产量稳定下来以后再买。

马斯克表示，一旦公司大幅扩大产能，特斯拉电动汽车的质量就会受到影响。他还表示，特斯拉在接近2020年底时生产汽车的速度太快了，以至于汽车漆面出现了不同程度的问题。在生产过程中，要让产量直线上升的同时处理好所有小细节的确非常困难。

仅隔一天，马斯克一语成谶。2月5日，国家市场监督管理总局发布《特斯拉汽车(北京)有限公司召回部分进口Model S、Model X电动汽车》的通告，通告称，日前，特斯拉汽车(北京)有限公司计划召回部分进口Model S车辆，共计20428辆；召回部分进口Model X车辆，共计15698辆。

对此，全国乘用车市场信息联席会秘书长崔东树对记者表示，虽然特斯拉目前在中国的销量增长比较快，但产品品质及对消费者保护的方面没有同步到位，导致出现一些消费者投诉的问题。速度发展比较快的时候，问题也出现得比较多，这两者之间的关系需要(特斯拉)加强改善。

“这次约谈算是一个提醒，后面如果再出现异常情况，肯定国家就要做出强制召回的要求。特斯拉在中国发展，不能只注重速度，也要注重消费者的感受，要对相关问题做到有效地改善。”崔东树表示。

新浪财经专栏作家林示表示，“特斯拉在中国发展比较快，依托的是国内向好的消费环境和消费者认同。约谈一方面可以有效约束特斯拉，对消费者做一个有效提醒。另一方面，也是为了让特斯拉能够更快、更好地在国内发展。”

蓝思科技完善大金属结构件布局 再投30亿元发力整机组装业务

■本报记者 何文英

随着消费电子产业链龙头蓝思科技在大金属结构件布局的完善，公司加速切入苹果整机组装业务的战略方向日渐清晰。

2月8日，蓝思科技连发两则公告，一是将此前收购的泰州可胜、利可两家工厂正式更名为蓝思旺精密和蓝思精密，二是再投资30亿元，建设湘潭蓝思生产基地“智能终端设备制造一期”项目，用于整机组装业务。

蓝思科技董秘钟臻卓对《证券日报》记者表示，该项目并不仅仅针对手机组装，还包括平板电脑、可穿戴设备、汽车电子、智能家居家电、医疗设备、电子烟等各类智能终端，市场空间十分可观。

一位长期跟踪蓝思科技的基金经理在接受《证券日报》记者采访时表示，公司此举不仅仅是为了进入大金属结构件市场，其深层动机是借整合全套外观件组件业务，实现垂直领域外观件的统一，以进一步切入苹果整机组装。

集聚优质资源发展整机组装业务

蓝思科技深耕行业多年，一直是消

费电子行业外观创新变革的引领者。近些年，通过垂直整合，公司已经横向覆盖了手机、平板电脑、PC、可穿戴设备、车载等产品，产品囊括了防护玻璃、蓝宝石、陶瓷、金属、指纹模组、模切件、PCBA(印刷电路板装配)、摄像头组件、塑胶件、声学器件等，涵盖了智能终端整机组装通常所涉及的大部分模块。

上述基金经理称，公司在此基础上开展整机组装业务将产生明显的协同效应，且产能规模领先明显，相比其他行业横向入局者更具竞争优势。

此外，蓝思科技还具有业界领先且完备的内部配套能力，多年持续高研发投入使得其在原辅材料自制、专用设备研发自制、智能制造等方面均拥有领先竞争实力，综合成本、效率优势显著。

据了解，公司生产所用的大部分工装夹具、模具、辅材多为自制，且自制比例仍在持续提高。公司自主研发了热弯、精雕、贴合、4轴6轴机器人等十多种核心专用设备，高度适配其生产线排布和工艺技术特点，性能、效率和自动化程度、能耗等指标均优于市场标准化设备。

为满足生产过程中海量数据的存储计算，蓝思科技还围绕工业互联网、大数据、工业视觉、人工智能等核心技

术自建了4个数据中心和1500多台服务器，湘潭蓝思团队升级开发了制造执行系统(MES)，通过新一代信息技术和先进制造技术的深度融合，打通了制造全流程，实现制造全流程的实时信息化、数字化和可视化，完善优化了厂房和生产“单件流”布局。

垂直整合加速成长

蓝思科技业绩预告显示，公司2020年第四季度业绩再超预期，单季度净利润约14.6亿元-16.3亿元，全年预计实现归属于上市公司股东的净利润48.88亿元-50.61亿元，同比增长98%-105%。

钟臻卓表示，公司业绩持续超预期，主要得益于公司在消费电子垂直领域的整合能力获得了客户的信任和认可，产业链供应链进一步向公司倾斜。

上述说法从蓝思科技过去一年的发展史可以得到印证。2020年，公司不仅巩固了外观防护件领域玻璃、蓝宝石、陶瓷等材料的核心技术领先优势，通过收购可胜泰州和利可泰州切入金属机壳市场，设立合资公司实现蓝宝石材料降本提产，还在智能手机、智能穿戴和汽车电子等应用市场积极拓展，通过定增扩充产能，继续深入车载电子设备、外观结构

件的研发生产与稳定交付。

从更长远的发展史来看，蓝思科技自玻璃起家，逐步切入陶瓷、蓝宝石等各种新材料领域，各个阶段均与主流客户进行深度合作，从摩托罗拉、诺基亚到三星、苹果、华为、特斯拉，持续围绕客户拓展产品，组装和零组件互相引流，通过深度绑定头部客户实现快速发展。

研究数据显示，2020年家用电脑和平板电脑的出货量增长11%，达到3.96亿台，预计今年在家办公和学习仍将推动市场需求。另据中国产业信息网，预计2022年中国汽车电子市场规模将达到9968亿元。此外，疫情反复背景下，具备健康监测功能的智能穿戴设备、高端医疗设备以及相对健康的电子烟产品，都有着极大的市场爆发空间。

上述基金经理认为，蓝思科技组装项目建设投产，其订单消化能力将得到极大提升，整机组装业务的发展壮大，也能反向促进现有业务发展，形成具有相互促进作用的良性循环。

值得一提的是，公告中还提到，目前湘潭蓝思已获得了部分智能手机客户的整机组装订单，并与智能穿戴、平板电脑、汽车电子、医疗设备等领域客户达成了较强的合作意向。

产品供不应求叠加成本推升 钛白粉开启年内第二次涨价

■本报记者 刘欢

自2月7日龙蟒佰利首先宣布涨价以来，钛白粉市场正式开启了年内第二次涨价。2月8日晚间，中核钛白、金浦钛业、惠云钛业等多家钛白粉企业纷纷宣布调价，国内涨价幅度800元/吨至1000元/吨。

“国内外钛白粉供应均紧张，需求旺盛以及成本上涨是此次钛白粉涨价的主要原因。”卓创资讯钛白粉分析师田晓雨在接受《证券日报》记者采访时表示。

龙蟒佰利2月7日宣布，从7日起，公司各型号钛白粉销售价格按原基础上调1000元/吨，国内客户销售价格上调150美元/吨。

惠云钛业2月8日晚间公告，决定从9日起，在现有钛白粉销售价格基础上对国内客户销售价格上调800

元/吨，国际客户出口价格上调130美金/吨。

中核钛白、金浦钛业与龙蟒佰利的涨价幅度一致。均从9日起，在现有钛白粉销售价格基础上，国内客户销售价格上调1000元/吨，国际客户出口价格上调150美元/吨。

除了上述几家钛白粉上市公司，还有数个大厂通过发函方式宣布钛白粉产品销售价格上调，其中包括山东东佳、宁波新福、德天化工等。

值得一提的是，这是钛白粉市场进入2021年以来第二轮涨价。田晓雨告诉记者：“此轮钛白粉市场拉涨气氛浓厚，经过此次调价，企业对硫酸法金红石型钛白粉报价已基本高于18000元/吨，锐钛型钛白粉在14000元/吨以上，氯化法钛白达到19000元/吨的位置。”

受涨价消息影响，2月8日至9日，

钛白粉板块连续两个交易日上涨。2月9日上涨4.38%，金浦钛业、凯盛科技涨停，中核钛白、鲁北化工等多股跟涨。

据海关数据统计，2020年我国钛白粉出口量在121.4万吨，比上年增长21%，创历史新高。

持续旺盛的出口需求导致国内库存持续下行，市场供不应求，钛白粉产量也实现正增长。根据国家化工行业生产力促进中心钛白粉分中心数据显示，2020年全国42家全流程型钛白粉生产企业的各类钛白粉及相关产品综合产能为351.2万吨，比上年增加33万吨，增幅为10.39%。

安信证券研报认为：“在需求端，当前市场供需失衡，海外市场需求的缺口缺乏自我补充的条件，国外市场尚有大量出口订单在2月份、3月份待发货，提供需求利好；在供给端，当前企业对于后市价格看高的态度仍在，不少企业已

经封单，此外春节假期企业有检修计划，形成供给端支撑。”

在产品供不应求的局面下，企业订单量充足。中核钛白相关负责人向《证券日报》记者表示：“目前公司在手订单21%，产能利用率饱满。”

此外，原材料价格持续上涨致成本提升也是此番钛白粉涨价的主要原因。据卓创资讯监测，作为硫酸法金红石型钛白粉的主要原料，硫酸和钛精矿价格均有大幅上涨。其中，98%硫酸价格同比已经翻倍；钛精矿价格同比涨幅超过40%，创3年来新高。

谈及钛白粉未来走势，田晓雨认为：“钛白粉市场将延续价格的上升趋势。具体来看，国内外供需两端将继续为钛白粉价格上行提供助力；硫酸价格基本稳定，但再次调涨的钛精矿价格将进一步强化中长期对钛白粉价格的支撑。”

300城首月宅地收入2766亿元 多家房企长三角抢地忙

■本报记者 王丽新

一边是融资利率创下新低的境外市场，一边是热点城市溢价率走高的土地市场，2021年开年，房企一边忙着窗口期融资，一边忙于“进货”备战。

中指研究院统计数据显示，2021年1月份，全国300个城市住宅用地(含住宅用地及包含住宅用地的综合性用地)出让金总额为2766亿元，同比增加11%；成交楼面均价为5759元/平方米，同比上涨36%；平均溢价率为15%，较去年同月上涨4个百分点。TOP100企业招拍挂权益拿地总额占全国300城土地出让金的比例为66%。

“重点城市宅地溢价率较为平稳，部分现金流较好房企拿地积极，因为一季度拿地当年即可有销售额入账。”易居研究院智库中心研究总监严跃进向《证券日报》记者表示，今年以来，有几家以前较为低调的房企开始在公开市场上抢地，可见其怕规模掉队而增加土地储备的决心，而现金流较差的中小房企则仍会缺席土地市场，未来房企拿地能力将进一步分化。

房企拿地能力分化 正在加剧

整体来看，2021年以来，房企拿地能力分化正在加剧，其背后有着多种因素。中指研究院认为，一方面，2020年1月份，受新年和疫情影响，部分中小企业未拿地，但大中型房企受影响较小；另一方面，2021年，受各类金融调控政策影响，大中型企业拿地趋于谨慎，代表企业拿地规模有所下降。具体来看，50家代表企业内部分化亦较显著。部分现金流较稳定企业拿地态度积极，如第一阵营内的万科、碧桂园、招商蛇口、第二阵营内的绿城等，1月份拿地同比均有所增长。

“一般来看，房企以招拍挂为主，合作拿地和收并购为辅。在三四线城市拿地主要仍以独立招拍挂为主；在一线、二线城市除招拍挂外，亦会加大联合拿地力度。同时，部分房企会通过收并购获取优质土地资源。”刘水向《证券日报》记者表示，房企对收益率普遍控制在8%-10%之间。未来，行业降速导致企业阵营将相对固化。新时期行业降速、分化、容错低等特征更加明显，房企超车机会减少，更加考验房企守中、与进击的平衡力，阵营分化震荡亦将加剧。

在热点城市 部分房企果断拿地

值得一提的是，中指研究院统计数据表明，从各城市群拿地金额来看，长三角热度不减。1月份，长三角TOP10企业拿地金额618亿元，位居四区域首位；京津冀TOP10企业拿地金额200亿元，位列第二；中西部TOP10企业拿地金额182亿元，位列第三。

“市场火热带动企业积极拿地布局。2020年，百亿元企业在长三角城市群的销售额贡献居五大城市群之首，占比达36.7%，较2019年占比提升1.9个百分点。”中指研究院企业事业部研究副总监刘水向《证券日报》记者表示，主要是长三角城市群疫情防控常态化后供需两端支持性政策落地更早，区域内需求旺盛，市场率先恢复，区域热度提升。

“长三角在上海、杭州带动下市

场成交整体活跃。”贝壳研究院表示，上海成交了单宗地块176亿元全国总价最高地块引起市场热度，住宅用地成交405亿元；杭州继续保持全国住

上市公司上演增持“接力赛” 今年以来已有220多家发布公告

■本报记者 朱宝琛

2月8日晚间，浙商银行发布公告称，公司拟采取由公司董事、高管增持A股股份的措施稳定A股股价。截至1月29日，公司需履行稳定股价义务的董事、高管人员共计11人，将以不少于上一年度自公司领取薪酬15%的自有资金增持公司A股股份，同时，监事长于建强和拟任首席审计官姜戎自愿以不少于上一年度自公司领取薪酬15%的自有资金增持公司A股股份，增持金额合计不低于470.07万元。

《证券日报》记者注意到，A股上市公司有关增持的公告愈来愈多。根据同花顺iFinD数据和记者梳理，截至2月9日发稿，今年以来，共有超过220家上市公司发布相关公告。

增持目的何在？众多上市公司给出的理由是：基于对公司长期投资价值的认可和对公司发展前景的信心；目前公司股价严重低估，增强投资者信心。

联储证券首席投资顾问郑虹在接受《证券日报》记者采访时表示，上市公司高管增持表明看好公司未来发展，尤其是“兜底增持”更能提振投资者信心。对于高管来说，如何经营好上市公司才是基本职责。只有上市公司盈利持续发展，对公司、对市场、对投资者才是负责的。

“目前有些上市公司业绩出现问题，高管通过增持来稳定股价，这种手段偶尔为之可能会有效果，但投资者的眼睛是雪亮的，如果上市公司业绩不好，投资者会选择用脚投票。”郑虹说。

上海迈柯荣信息咨询有限责任公司董事长徐阳在接受《证券日报》记者采访时表示，重要股东增持等诸多方式是上市公司维护股价的利器，但由于各企业情况各不相同，市场情绪不同，最终导致各公司短期内的股价表现不尽相同。

“产业资本密集增持往往与股价

宅用地成交金额排名第一的活跃度，住宅用地成交445亿元。无论住宅用地成交金额占国家级城市群成交金额比重，还是成交楼面均价占国家级城市群成交楼面均价比重，分别较去年同期提升19.8个百分点、10.3个百分点。

从重点城市拿地金额TOP10房企来看，房企多城齐发力。德信地产出现在3个城市的1月拿地总额TOP10榜单中，在多个城市齐发力，与企业立足浙江，深耕长三角，布局全国中心城市的战略布局相契合。绿城中国出现在2个城市的1月份拿地总额TOP10榜单中，并拿下了杭州1月份拿地总额冠军，拿地优势显著。滨江集团持续深耕大本营杭州，拿下杭州1月份拿地总额亚军。

“疫情对房企的资金链影响虽然大，但部分企业拿地积极性提高。”中原地产首席分析师张大伟向《证券日报》记者表示，为了追求规模，很多近年拿地很少的房企也开始积极拿地，尤其在热点城市拿地更为果断。

房企拿地能力分化 正在加剧

整体来看，2021年以来，房企拿地能力分化正在加剧，其背后有着多种因素。中指研究院认为，一方面，2020年1月份，受新年和疫情影响，部分中小企业未拿地，但大中型房企受影响较小；另一方面，2021年，受各类金融调控政策影响，大中型企业拿地趋于谨慎，代表企业拿地规模有所下降。具体来看，50家代表企业内部分化亦较显著。部分现金流较稳定企业拿地态度积极，如第一阵营内的万科、碧桂园、招商蛇口、第二阵营内的绿城等，1月份拿地同比均有所增长。

在热点城市 部分房企果断拿地

值得一提的是，中指研究院统计数据表明，从各城市群拿地金额来看，长三角热度不减。1月份，长三角TOP10企业拿地金额618亿元，位居四区域首位；京津冀TOP10企业拿地金额200亿元，位列第二；中西部TOP10企业拿地金额182亿元，位列第三。

“市场火热带动企业积极拿地布局。2020年，百亿元企业在长三角城市群的销售额贡献居五大城市群之首，占比达36.7%，较2019年占比提升1.9个百分点。”中指研究院企业事业部研究副总监刘水向《证券日报》记者表示，主要是长三角城市群疫情防控常态化后供需两端支持性政策落地更早，区域内需求旺盛，市场率先恢复，区域热度提升。

“长三角在上海、杭州带动下市

场成交整体活跃。”贝壳研究院表示，上海成交了单宗地块176亿元全国总价最高地块引起市场热度，住宅用地成交405亿元；杭州继续保持全国住