



中国新能源汽车三分天下 谁执牛耳

■本报记者 李正 贾丽
见习记者 郭冀川

新能源汽车市场的巨变正在酝酿，各路资本争相介入，老牌车企觉醒，智能汽车技术迭代升级，市场份额争夺逐渐白热化。外资类车企、国内老牌车企、造车新势力，市场逐渐形成三分天下的格局。

去年开始，众多外资类汽车品牌，都推出了自家的新能源汽车产品，受制于缺货严重、价格居高等等客观因素，市场拓展较为缓慢。随着我国自主品牌的崛起，特斯拉一家独大的局面也在逐渐被改写。

国内老牌车企方面，持续发力转型新能源汽车产业，新技术、新生产线层出不穷，努力提高安全性的同时，深入研发更高能量密度的新材料，积极响应消费者需求，提升产品智能化水平及驾乘舒适度。

造车新势力的崛起犹如雨后春笋，虽然品牌死亡率极高，但是小米、百度等巨头又跨界而来，借助资本市场之手，快速获得了便捷的融资渠道，同时，轻资产、重科技的生产思路，帮助活下来的企业成为当下科技制造的风口。

外资品牌市场扩张乏力

“在销售渠道方面，必须具有授权的外资豪华车4S店，才可以售卖自己的新能源汽车。”奔驰一家4S店负责人说，由于受到重重限制，目前外资新能源汽车要想大规模进入中国市场并不容易。

在北京，仅有三四家奔驰4S店获得奔驰新能源汽车的销售授权。而在这些店面中，新能源汽车的展车也不是随时都可以看到，缺货严重，更别说说试驾了。

在授权难、关键零部件芯片缺少等多方因素影响下，目前外资品牌的新能源汽车价位大多较高，定位基本在中高档。

“奔驰EQC400的销售价格在50万元左右，定位纯电动SUV，看的消费者不多。目前，外资豪华车的新能源车比较紧俏，不太好买，车也少。”另一家位于北五环的奔驰4S店销售人员称。

在走访的几家奔驰、宝马、奥迪4S店中看到，前来询问电动车的消费者，并不多。

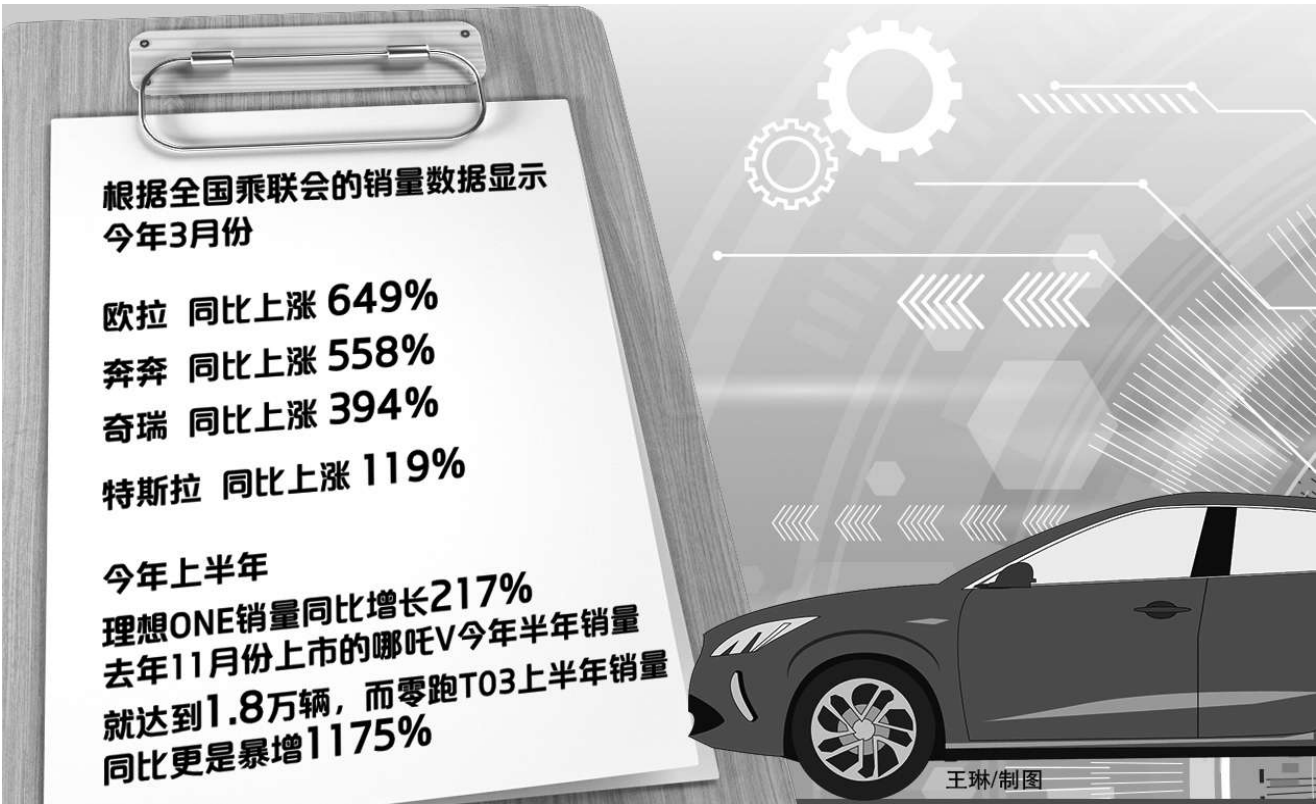
“同样的价格，豪华电动车性价比比较低，配件贵，补贴又少，一般消费者更愿意选择性价比比较高的国产电动车。”一位宝马销售负责人告诉记者。

据了解，目前大部分外资新能源汽车的核心技术、变速箱、发动机、芯片都靠进口，而部分关键零部件和芯片经常处于缺货状态，加之今年以来原材料价格不断高涨，致使外资新能源汽车缺货严重，价格居高不下。

北方工业大学产业创新研究中心研究员张翔对《证券日报》记者表示：“大部分外资企业和合资车企发展新能源汽车产业，普遍要比本土企业晚，这主要受补贴、开放度、重视程度等多方面因素影响。与此同时，由于芯片短缺，导致外资和合资汽车的终端价格优惠幅度不如以前。在当下的环境中，外资新能源汽车在中国市场面临诸多困局。”

同时，随着国内自主品牌的步步紧逼，高速增长的新能源车市场基本被自主品牌拿下，曾经特斯拉在全球新能源汽车市场上占据较高的地位，然而如今不断有声音响起：“属于特斯拉的时代正在离去”。

根据全国乘联会的销量数据显示，在目前的新能源汽车市场中，除了上汽通用五菱与特斯拉表现强势之外，其他



所有的产品都是自主品牌，其中仅今年3月份，欧拉、奔奔、奇瑞品牌的新能源车销量分别同比上涨了649%、558%、394%，而特斯拉涨幅仅为119%。

中国汽车工业咨询发展公司首席分析师贾新光在接受《证券日报》记者采访时表示，按欧洲排放标准，欧洲车企在新能源车需要装大量后处理装置，像大众这类经济型品牌的车企，在成本上难以支撑。美国通用在新能源车选择从高端皮卡开始，但皮卡在中国销量很少，所以除了特斯拉，其他品牌几乎拿不出适合中国市场的车型。

老牌车企积极探索硬件突破

“请您先看看我们最新的车型，稍后有销售顾问为您进行详细讲解。”广汽新能源体验中心一位负责接待的工作人员对《证券日报》记者说。

《证券日报》记者注意到，这家位于北京市朝阳区的体验店内，商家正在积极推出到店试驾等活动，来体验的消费者络绎不绝，虽然门店内放置了不少样车，但是几乎每一辆车周围都有正在介绍的工作人员和消费者。

据一位销售人员介绍，目前广汽推出的几款车型当中，有的车型已经搭载了新研制的弹匣电池，安全性能卓越。

无独有偶，《证券日报》记者在走访一家比亚迪新能源汽车4S店时，销售人员也在极力向记者推荐自家搭载刀片电池的车型，该销售人员表示，刀片电池“不起火”带来的安全性能十分理想，同时，能量密度可以达到140Wh/kg至160Wh/kg。

对此，张翔认为，除了安全性以外，目前新能源汽车的电池技术就是追求更高的能量密度。

“比如像蔚来汽车今年1月份发布的一款搭载固态电池，续航里程超过1000公里，还有像特斯拉的4860电池，能量密度也会大幅提高，主攻方向就是能量密度和安全性这两个方面。”张翔说。

那么，除了安全性和续航里程，消费者在挑选新能源汽车时更在意哪些硬件条件呢？

一位前来广汽体验店试驾的消费者

刘女士对《证券日报》记者表示，选购新能源汽车时虽然也会在意外安全性，但是更考虑驾乘的舒适度。

“车平时就在市区通勤和接送孩子开一开，所以舒适性一定要有保障，尤其是空间和车机的智能化。”刘女士进一步表示，自己驾驶技术并不熟练，特别是倒车停车等，现在很多新能源车都配备了360度无死角摄像头和自动泊车系统，很符合自己的心理预期。

另一位消费者王先生的顾虑更加专业一些，他更在意新能源汽车的生产线是不是专为制造电车设计的，而不是市面上经常提到的“油改电”。

王先生认为：“有些老牌车企会因为成本原因，走‘油改电’的路线，将以前生产汽油车的生产线加以改造，由于这种改造基本不改变车辆的底盘和外观，会导致生产出来的电车内部前后配重失衡，使得车辆在行驶过程中颠簸加剧，甚至增加安全隐患。”

对此，张翔表示，一般消费者日常用车，并不会选择在极限条件下进行驾驶，比如赛车，所以“油改电”车型的前后配重失衡问题，在日常开车过程中并不会体现出来。

“‘油改电’车型最大的问题是设计受到约束，不能放太多电池，就造成了续航里程普遍较低，同时，‘油改电’车型的软件系统和人机界面，大部分会使用原来燃油汽车的系统，就造成了用户体验较差。”张翔进一步表示，大部分老牌车企比如广汽、比亚迪等，新开发的新能源车生产线在车机智能化方面体现的很好，这一点十分符合消费者对智能化和“科技感”的用车需求。

造车新势力积极打造科技属性

“今年销量明显比去年好很多，越来越多的消费者认可新能源汽车。”蔚来汽车的销售人员介绍，由于汽车的智能科技功能较多，以前需要销售人员指导客户使用和体验，但随着人们对智能语音对话、AI导航和辅助驾驶功能越来越了解，往往只需要提示功能键位置，客户就能很快上手。

对于科技属性，造车新势力可谓不遗余力，售价超过30万元的蔚来汽车自然是配置齐全，而在南三环合生广场的零跑汽车门店内，不到7万元的新能源汽车也拥有丰富的科技功能。零跑销售人员告诉《证券日报》记者，企业的理念就没有把汽车当作是简单的代步工具，而是希望让车主享受高科技汽车生活。

全联并购公会信用管理专委会专家安光勇对《证券日报》记者表示，目前新能源汽车的竞争与以往不同，已不再是动力装置层面上的竞争，而是转向汽车科技属性和服务能力的竞争。有些人比喻目前的车辆是有四个轮子的电脑，或者是移动办公室，这并不为过，这也意味着市场能容纳更多具有创新特色的车企。

《证券日报》记者也与多位汽车消费者交流，他们大多数是在30岁到40岁之间，较为关注汽车性能和科技配置，往往更喜欢造车新势力的活力与服务。一位消费者告诉记者，他期待小米汽车，今年已经获得了购车指标，所以将在现有的造车新势力品牌中挑选车辆。

据《证券日报》记者了解，今年上半年，理想ONE销量同比增长217%，去年11月份上市的哪吒V今年半年销量就达到1.8万辆，而零跑T03上半年销量同比更是暴增1175%。

消费者对造车新势力的青睐，为其销量上涨提供了源源不断的动力，同时资本的眼光也在快速聚拢过来。

除了已经上市的蔚来、小鹏和理想，哪吒汽车今年4月份启动D轮30亿元融资并引入战略投资者360，极狐汽车去年9月份完成了D轮100亿元融资，两家企业都意欲在科创板IPO，零跑汽车也在今年完成超45亿元Pre-IPO轮融资。

头豹研究院分析师陈夏琳对《证券日报》记者表示，上市成为造车新势力融资的重要渠道，在A股市场中，科创板是最佳选择。首先，造车新势力所处的新能源行业正好属于科创板重点支持范畴，此外，科创板对企业的准入更为包容，这给造车新势力带来新的融资机会。但科创板更青睐有硬核实力的科技公司，只有具备核心技术、财务良好、健康运营的造车新势力才有可能在科创板上市。

上市公司是区域经济发展的稀缺资源

■孙国茂

共同富裕时代 上市公司公共属性与社会责任

“社会财富”一词是马克思提出的。在人类思想史上，马克思从资本主义生产关系入手，深刻、系统、全面地阐述了财富、财产与人的关系，揭示了财富的本质。在《1844年经济学哲学手稿》中，马克思不仅提出了“社会财富”的概念，还提出了“工业财富”“资本财富”和“实物财富”等概念。尽管马克思并未给出“社会财富”的定义，但是他认为财富本质上是对人的创造性最大的发挥，强调真正的财富是人本身的充分发展，是在普遍交换中产生的个人需要、才能、享用、生产力等的普遍性。马克思的时代既没有资本市场，也没有上市公司，因此我理解，马克思是从哲学角度阐述财富的社会属性，把经济学意义上的财富称之为“社会财富”。今天，如果我们从纯粹经济学角度理解，社会财富是指那些具有某种公共产品属性的财富，其中包括某些私人财富。

改革开放以来，资本市场的发展无疑已经成为我国社会主义市场经济最具标志性意义的辉煌成就。资本市场诞生30多年来，从最初几家上市公司发展到今天拥有4000多家上市公司、近百万亿元市值的全球第二大市场。上市公司为全社会创造了巨大财富。如果说“上市公司”是一种与金钱有关的“财富”，绝大多数人很容易理解。但是，如果把“上市公司”说成是“社会财富”，似乎不太符合很多人的思维逻辑。这其中的原因有两个：第一，尽管“财富”作为经济学的核心问题，与当下的我们密切相关、又息息相关，但现实中每个人对财富的理解却是大相径庭。这导致了人们对经济学意义上的“财富”有着各自不同的定义和解释。现实中，人们习惯称它为“物质财富”“自然财富”，也有人称之为“个人财富”，大多数人不会去思考财富的社会属性。第二，由于资本市场完善的制度体系强调严格保护股东和投资者的“所有权”及其相关利益，导致很多上市公司，尤其是民营上市公司的实际控制人产生了上市公司是“个人财富”的幻觉，他们不仅无视上市公司的公共属性和社会责任，而且将上市公司作为“提款机”和“印钞机”。其实，即使从纯粹经济学角度，也很容易解释上市公司的公共属性。如果一个企业不上市，我们可以认为它是一个人或几个人的企业。但如果一个企业IPO并上市成为公众公司，它必然包含公共产品（审批、监管和信息披露等）和公共利益（投资者）。因此，上市公司本身就是一种“公共产品”，它不可能、也不应该由一个股东或几个股东提供！当国家强调共同富裕的时候，我们必须重新审视并自觉认识上市公司的公共属性。这不仅是监管立法的依据，也是上市公司履行社会责任的逻辑起点。

我国上市公司是改革开放的产物

事实上，上市公司并非天然地存在。在我国改革开放早期，企业普遍以国营工厂的形式存在。20世纪80年代，为了解决企业融资问题，国家采用试点的方式，在极少数地区允许国有企业探索发行股票进行融资，企业开始由原来的工厂制向公司制转变。1990年12月19日，国务院批准上海证券交易所正式开业。1991年7月3日，深圳证券交易所开业。上海和深圳两家证券交易所的成立标志着我国开始建立资本市场。党的十四大明确提出，股份制有利于促进政企分开、转换企业经营机制和积聚社会资金，要积极试点，总结经验，抓紧制定和落实有关法规，使之有秩序地健康发展。十四届三中全会进一步提出，建立适应市场经济要求，产权清晰、权责明确、政企分开、管理科学的现代企业制度。正是因为十四大和十四届三中全会为我国的国有企业改革做出顶层设计，国有企业才能全面进入股份制改

革阶段，逐步建立起现代企业制度。可以说，上市公司作为符合现代企业制度标准的规范企业形式，既是改革的成果，也是时代和社会的产物。

上市公司在高质量发展中的作用

习近平总书记说过，经济是肌体，金融是血脉，两者共生共荣。纵观世界各国经济发展，资本始终是经济增长的决定性因素。古典经济学和新古典增长理论都认为，资本是决定经济增长最重要的生产要素之一。这其中隐含一个定理：要实现经济增长就必须完成投资的转化。遗憾的是，由于历史条件局限，从古典经济学到新古典经济增长理论，资本和投资始终是个含糊不清的概念。这是因为直到新古典经济增长理论诞生时，现代金融学理论还没有最终建立，以商业银行等为主体的金融市场也还没有形成现代化的专业分工。所以，在传统经济增长理论中既没有对政府投资与企业投资进行区分，也没有对股权投资和债权投资进行区分，也就无法解释投资的转化。

20世纪后期，随着金融产业和现代金融学迅速发展，对金融与经济增长之间关系的研究越来越多，以公司金融为代表的现代金融学逐渐发展成近乎完美的社会科学。现代金融学明确告诉我们，股权资本和债权资本不仅成本不同，而且在经济增长中的作用也不同，后者往往会成为金融危机或经济危机的诱因。同时，世界各国经济增长出现了不同的情况：一种情况是一些国家和地区的经济增长不再依赖传统的商业银行信贷等间接融资，而是通过资本市场提供金融支持；另一种情况是一些国家和地区既没有足够的内部资金来源也没有发达的资本市场，只能通过政府和企业的不断举债的方式实现经济增长。但是，由于股权投资和债权投资的资金成本及期限结构完全不同，因此对企业部门长期产出效率的影响有着本质的区别。在第二种情况下，随着政府和企业债务规模的不断扩大和经济增长速度的逐渐放缓，极有可能会爆发金融危机。说到这里，事情已经很明白了，上市公司既是股权融资的工具和载体，也是经济增长中的资本要素形式。上市公司通过资本市场完成企业发展的资本积累，实现资源的有效配置，通过实体经济与虚拟经济两个层面来提高自身和社会发展能力，同时以其自主创造性、内生积累性和市场竞争力，成为带动经济发展的具有活力的微观主体。

2020年9月份，国务院《关于进一步提高上市公司质量的意见》提出，提高上市公司质量是推动资本市场健康发展的内在要求，是新时代加快完善社会主义市场经济体制的重要内容。大量研究认为，上市公司的发展与上市公司的价值发现推动并决定着区域经济增长的速度和水平。这些研究采用了一些广为人知且极具解释力的量化指标，如上市公司总市值/GDP（证券化率）和上市公司营业收入/GDP（经济贡献率）等，上市公司的发展已经成为判断区域经济发展质量最直观和最重要的指标。这些研究启示我们，上市公司也是市场经济与政府干预共同作用的结果。现实中，政府通常采取鼓励企业上市，或引导上市公司通过市场机制并购重组的方式，将资本等要素资源投放到最具活力的产业和企业。“十二五”“十三五”期间，浙江、广东、上海和安徽等省市把上市公司作为加快科技创新、推动经济转型升级和实现高质量发展的主要抓手，主动对上市公司实施市场化并购重组，取得了明显成效。它们的经验说明，上市公司是区域经济发展中的稀缺资源，是共同富裕时代最宝贵的社会财富。（作者系山东工商学院金融学院特聘教授，山东省金融服务转型升级协同创新中心首席专家；青岛大学经济学院特聘教授、博士生导师）

注：《山东省上市公司研究报告（2021）》2021年10月份由中国金融出版社出版，本文为该书序言

T3出行、曹操出行大额融资轮番上演 资本看重新能源车网约车市场？

■本报记者 许洁

金秋九月，开发商没有迎来往昔的购房盛宴，网约车行业却迎来了久违的融资热潮。

继曹操出行9月6日宣布获得38亿元的B轮融资之后，有媒体称T3出行即将完成新一轮融资，其中股权融资超50亿元，由中信集团领投，另获超20亿元授信额度。值得注意的是，如果这笔投资落地，将成为2017年底软银投资滴滴后，网约车市场的最大一笔融资。

正当业内为T3出行这笔融资惊叹时，9月27日，有消息称，曹操出行正在与投资者磋商新一轮融资，并预计在两年内盈亏实现平衡。曹操出行CEO龚昕对媒体表示，这轮最新融资可能会在2022年上半年完成。对此，曹操出行相关人士回复《证券日报》记者称，“目前公司B轮融资刚完成，正在为下一轮融资做准备，IPO则尚无明确时间表。”

各家缓慢蚕食打车市场

在滴滴出行7月份被监管部门审查后，包括T3出行、曹操出行以及聚合打

车平台高德地图在内的网约车企业集体躁动，纷纷推出各种营销活动试图吸引用户和司机，尽快分食市场。

但记者查阅易观千帆的数据发现，截至2021年8月份，在网约车企业所属的交通出行之城市用车领域，滴滴出行依然以5000万的月活数排名第一，嘀嗒出行月活1484万排名第二，T3出行月活545万排名第四，首汽约车月活283万排名第五，曹操出行月活248万排名第六，享道出行和如祺出行月活均不足百万，分列第九和第十名。

一位业内人士对《证券日报》记者分析称：“滴滴出行这5000万的月活里包括了2000万的网约车，2000多万的共享单车、电动车，还有其他各种业务线带来的流量。据我所知，6月份，滴滴的月活是2000万左右，其他各家加在一起总共只有200万月活。目前，其他家加在一起数据翻倍，这已经很了不起，但这也只是撬动了滴滴10%的市场份额。这个进程可以说是比较缓慢。”

资本投资核心逻辑已生变

曹操出行、T3出行都是车企系的B2C

网约车平台。曹操出行背后站着的是吉利，T3出行则是由一汽、东风、长安三大央企共同发起，苏宁、腾讯、阿里共同创办。

在T3出行的股东中，苏宁认缴17亿元，一汽、长安、东风分别认缴16亿元，世嘉利认缴10亿元，加之腾讯、阿里、南京领行等企业的投资，最终T3出行融资达97.6亿元。

曹操出行与T3出行这些后起之秀，背后都有着实体车企作支撑。这个模式的优点在于，迅速扩充平台运力，同时在车辆合规上更易把控。

曹操出行B轮融资共有5家投资方，分别是苏州市相城金融控股（集团）有限公司、苏州高铁新城国有资产控股（集团）有限公司、苏州城市建设投资发展有限责任公司、农银国际投资（苏州）有限公司、东吴创新资本管理有限责任公司。T3出行则是由中信集团领投。这些投资机构无不具备“官方”背景。

“这是一个显而易见的变化。”上述业内人士表示：“滴滴被整顿改变了类似企业赴美或者赴港上市的核心逻辑，这个核心逻辑变了，那投资逻辑一定会发生变化。从此次两家企业投资方的阵容来看，无论是中信也好，或是苏州产业资本也好，他们其实更多的是在投新能源

车的应用市场这条赛道。因为曹操出行和T3出行都是在坚持使用新能源车，这里面存在一定的机遇。”

但并不是所有的网约车平台都这么幸运。

“网约车行业的融资潮并不会出现，这两家之所以能获得融资更多还是基于新能源车的应用，类似这种背靠车企的出行平台还有融资可能性，但类似妥妥出行、AA出行、阳光出行这种依存于聚合打车平台的企业，能拿到投资的可能性就很小。”上述业内人士表示。

事实上，网约车的商业模式主要靠抽佣，但网约车的价格有着极其明显的天花板。早期平台抽佣规则并不清晰，给平台留下不少可操作的空间。随着对网约车行业的监管不断收紧，平台的议价权正在减弱。而当成本不断上升，网约车平台的生存压力将会显著增长。

“目前只有滴滴纯盈利，首汽约车是毛利润‘上岸’，在赚钱这件事上，每个平台发展路径不同，有些就是想要规模，如果大家都能步调一致，都考虑盈利，那行业就能顺利转型了。”上述业内人士表示：“但现实情况是，大家步调都不一致，谁不跟着做补贴，谁就会掉队。”