起底家电巨头的造车棋局

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

新能源汽车市场的持续火热, 吸引了众多企业跨界涌入赛道,其 中亦有家电巨头。

近期,青岛卡泰驰汽车科技发 展有限公司(以下简称"卡泰驰科

海尔加码汽车产业布局

技")在青岛成立,根据天眼查股权穿透显示,卡泰驰科技的最终控股者为海尔集团。

上述举措也引发外界对于"海尔 造车"的诸多猜想,12月8日,海尔集团 相关负责人向《中国经营报》记者表示, "海尔目前依托旗下的卡奥斯工业互联 产业链企业数字化转型。" 除此之外,上述负责人还告诉记者,"与此同时,海尔将利用智慧家庭的技术和场景优势,与汽车企业共同建立家、车互联新生态。"

网平台正在与相关汽车企业共建汽车

领域工业互联网子平台,旨在赋能汽车

海尔集团也只是当下家电企业人局汽车行业的一个缩影。在浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林看来,家电产业已经进入红海阶段,市场以存量博弈为主,因此家电企业有拓展业务多元化的动机。

众所周知,造车是项需要巨额资金投入的事业,"海尔造车"的传闻之所以被外界高度关注,与其背后的实力息息相关。

天眼查信息显示,卡泰驰科技的 经营范围涵盖新兴能源技术研发;汽 车销售;新能源汽车整车销售;汽车零 配件零售;汽车零配件批发;汽车装饰 用品销售;二手车经纪等。

据了解,卡泰驰科技由青岛卡泰驰车联科技有限公司(以下简称"卡泰驰车联")百分百持股,而卡泰驰车联则由海尔卡奥斯生态科技有限公司(以下简称"卡奥斯生态科技")百分百持股,卡奥斯生态科技由海尔卡奥斯股份有限公司(以下简称"卡奥斯")百分百持股。

卡奥斯则由海尔集团持股51.2%。卡奥斯生态科技和卡奥斯的法定代表人均为周云杰,而周云杰则是海尔集团的董事局主席、首席执行官。

为何一家新成立的汽车科技公司之所以能引发外界诸多的关注, 究其原因是因为它是"海尔系"旗下的公司,加之海尔集团此前已经在汽车领域有了诸多的布局。除此之 外,今年8月,也曾有海尔计划造车 的传闻,虽然被海尔集团方面予以 否认。

众所周知,造车是项需要巨额资金投入的事业,"海尔造车"的传闻之所以被外界高度关注,与其背后的实力息息相关。据悉,海尔集团创立于1984年,旗下有3家上市公司,2021年全球收入达3327亿元,品牌价值达4739.65亿元。

实际上,虽然海尔集团目前没有涉足整车制造,但诸多的布局也使其成为汽车行业不可忽视的重要力量。仅在2021年,海尔集团便与国内多家车企"牵手"。2021年3月,海尔集团与上汽集团正式签署战略合作协议,双方合作打造智驾科技公司共建车家互联新生态。

根据协议,海尔集团和上汽集 团将在汽车轻量化新技术新材料研 发与应用、智慧物流场景下智能驾 驶技术应用等方面深度合作,并打 造具有差异化竞争力的智能驾驶科



电企业。 本报资料室/图

技公司;同时基于双方优势,在房车、智能家居等领域,实现联合研发、渠道共享、营地运营的深度融合,构建车家互联新生态。

同年4月,海尔集团与奇瑞集团 签署战略合作框架协议。双方将携 手打造全球引领的汽车工业互联网 平台,并在"灯塔工厂"建设、智慧工 业园区打造以及供应链、采购数字化 等领域展开深入合作,共同探索全球 引领的汽车工业互联网新生态。

而后在2021年8月,海尔集团

和奇瑞集团成立合资公司,该公司将利用卡奥斯平台,围绕人工智能公共数据平台、物联网技术服务、信息系统运行维护服务、数据处理和存储支持服务等,打造汽车行业首个大规模定制工业互联网平台,共建汽车工业互联网新生态。

在盘古智库高级研究员江瀚看来,海尔集团通过入股的方式来布局汽车行业,是一种比较好的策略。"当前新能源汽车市场已经成为整个市场发展的大趋势。"

家电巨头扎堆跨界

实际上,海尔集团在新能源汽车市场的布局,也只是当下家电企业进军汽车行业的一个缩影,诸如美的、创维、格力等都已经在汽车领域有了布局。

以美的为例,不久前,美的工业 技术在美的第27届科技月现场发布 了覆盖新能源车核心部件、工业自 动化控制传动与高低压变频器等细 分产业的5款新品,其中便包括威灵 汽车部件800V SiC12,000rpm高转 速电动压缩机。

而在众多人局汽车行业的家电企业中,创维是个特别的存在,它是为数不多选择直接下场造车的家电企业。今年9月,创维汽车推出旗下第二款车型创维 HT-i超强混动SUV,并立下2023年要销售10万台

整车的"军令状"。

为何众多的家电企业选择人局 汽车行业? 江瀚表示,当前的家电市 场,特别是白色家电市场已经进入成 熟阶段,市场发展实际上是相对停滞 的,"在这样的情况下,寻找新的增长 点就成了最大的趋势,而新能源赛道 无疑是比较好的发展方向。"

盘和林告诉记者,大多数家电企业进入新能源汽车赛道、进入供应链,主要原因是汽车产业进入新能源时代,产业进入壁垒大幅度降低,锂电池汽车相比于内燃机汽车

在技术上门槛更低,其核心的三电 系统已经有成熟的解决方案。

"过去家电企业不敢进入汽车 产业,很大程度上是因为汽车制造 业有较高的技术壁垒,比如发动机 的技术壁垒就很高。而汽车赛道会 为家电产业提供新的增长点,是因 为新能源车如今依然在高速增长阶 段,市场尚未饱和。"盘和林补充道。

中国数实融合50人论坛副秘书 长胡麒牧亦表示,这两年来,新能源汽 车的消费刺激政策力度远远要大于家 电消费。"新能源汽车的产业链很长, 有很多新技术的应用,未来也是在产业端拉动国民经济增长的一个重要增长点,家电企业跨界进入新能源汽车行业,也是看到良好的市场前景。"

胡麒牧也直言:"传统的家电行业发展至今,它们在降低成本和制造工艺提升上,都已经到达瓶颈期。而且家电行业已经是存量市场,单体家电的利润率也在下降,它们需要去寻找新的增量市场,汽车行业在智能化方面刚好有这方面的需求,这些技术在很多方面也是互通的,也都是在物联网的大范畴内。"

零部件领域或成重要切人点

为何大多数的家电企业不选择直接下场造车?

"我们还是在专心做好零部件的方向,把这一块业务做好。"对于未来是否会布局整车业务,美的威灵汽车部件公司总经理陈金涛向记者表示,"美的目前整体重点还是在汽车核心零部件的业务上面,这块业务的市场容量已经足够大。"

陈金涛透露:"我们现在做的产品,单车价值也到了1万元以上。如果按照2025年1000万台,2030年全球2000万台、3000万台的量,已经有好几千亿元的市场。这个市场对我们来说已经非常可观了,把这一块做

好,非常值得期待。"

美的对自身的定位,也是大部分家电企业的思路。对于家电企业聚焦零部件供应的优劣势,盘和林告诉记者,在汽车零部件领域,家电企业的优势在于比较强的制造能力,有些家电制造企业产线非常成熟,拥有完善的工业机器人设备和庞大的机械工程师团队,技术、管理、品牌、销售渠道都可以移植到企业,甚至供应链都可以从家电工厂移植过去。

那么,为何大多数的家电企业

不选择直接下场造车?江瀚认为: "不同的企业要做自己擅长的事情,如果在产业链体系没有足够的优势,就需要采用一些相对比较稳健的操作手法,不直接下场就是比较有效的一种方式。"

胡麒牧告诉记者,如果直接迈 人到整车制造领域的话,家电企 业作为后发者,并不具备很强的 技术优势,加上又没有规模经济, 这样去做整车制造是有风险的, 业务不及预期可能会成为企业发 展的负担。 "所以大部分的家电企业都是选择与汽车行业有共通点的领域切人,去做一个物联网系统的集成商,做系统也更容易形成生态,大家都会依赖于自己的标准,就不会容易被替代掉,这样客户的黏性就很强。"胡麒牧说道。

盘和林亦告诉记者:"汽车产业对于家电企业是新兴产业,所以以自身擅长的某个领域作为切人点,是比较合适的战略。当然,未来随着家电企业逐步熟悉汽车制造业的产业环境,很多企业会后发进人汽车制造领域。"

城市NOA进入量产时代 轻舟智航收获数亿元B1轮融资

本报记者 陈茂利 北京报道

虽然今年以来资本市场对自动驾驶赛道投资持谨慎态度,但有实力推动智能驾驶规模化落地的自动驾驶公司还是拿到了融资。日前,轻舟智航(QCraft)宣布完成数亿元B1轮融

资。投资方包含中金资本旗下中金汇 融基金、TCL,以及某产业生态头部芯 片企业,老股东元生资本跟投。

对于本轮融资, 轻舟智航联合创始人、CEO于骞表示: "在技术与市场的双向驱动下, 汽车产业的智能化迎来全新发展阶段。轻舟智航

顺利完成新一轮融资,不仅说明我们的自动驾驶技术潜力和商业价值被长期看好,也彰显了轻舟智航坚持技术与商业化平衡发展的理念和成果得到了广泛认可。"

北京新能源汽车股份有限公司 智能网联专家袁盛玥向《中国经营 报》记者指出:"当前我国汽车智能化已经进入快速发展的阶段,L0级自动驾驶已成为汽车的标配,L2级自动驾驶功能在汽车上搭载也已成为业内主流,各大车企当前正在L3级和L4级自动驾驶功能方面发力,均在研发高阶自动驾驶功能。"

资本看好自动驾驶发展前景

无独有偶,11月底,汽车智能自动驾驶解决方案服务商福瑞泰克宣布完成近亿美元B轮融资。融资由混沌投资领投,上汽恒旭、北汽产投、TCL实业等公司跟投。记者了解到,投资背后反映的是资本市场看好以轻舟智航为

代表的自动驾驶公司推动城市 NOA(导航辅助驾驶)前装量产的 能力

城市 NOA 是当前各大车企以 及自动驾驶公司角逐的重要技术领 域,主要解决在城市中开车遇到的 场景难题。用户在导航上设置目 的地并发起导航后,在可用城市 道路上激活功能,车辆就能够完 成本车道巡航跟车、导航/超车变 道、汇人/汇出道路、红绿灯识别 起停、路口/环岛/隧道通行、避让 其他交通参与者(行人、骑行者) 等动态任务。 此外,自动驾驶发展前景可观也是轻舟智航能拿到融资的重要原因。据国家发改委预计,到2025年,中国智能汽车渗透率将达82%,数量将达到2800万辆;2030年渗透率将达到95%,数量约为3800万辆。

加速推动城市NOA商业化应用

据了解,轻舟智航于今年5月发布了最新一代车规级前装量产自动驾驶解决方案DBQ V4,以最少一颗激光雷达即可实现城市NOA。激光雷达是实现包括城市NOA在内的高级别自动驾驶主流方案中的必备传感器。

"当前行业内对于城市 NOA 是否需要激光雷达仍存争论,我 们认为在近几年内,激光雷达对 城市 NOA 来说仍是必需的。但 是,轻舟智航的主张是'不堆料', 而是通过随机应变的高性价比量 产方案,满足不同主机厂不同级 别自动驾驶功能的量产需要。"于 骞介绍称。

袁盛玥向记者指出,只有把整车成本降低,才会有更多的消费者愿意为自动驾驶功能买单。"如何用更低成本的硬件去实现更高阶的自动驾驶性能,是当前包括车企、Tier1供

应商等行业主体都在思考的一个问题。以前的量产车要具备高阶的自动驾驶功能,可能会搭载多个激光雷达,目前最新的量产车可能只需要搭载单个激光雷达,甚至连激光雷达都不需要搭载,就能实现高阶自动驾驶。"

新能源客车加速发展 比亚迪1.66亿元受让 西沃客车100%股权

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

目前,西安市公共资源交易中心官网发布《西安西 沃客车有限公司100%股权成交结果公告》,比亚迪成功受 让西安高科集团有限公司旗 下全资子公司西安西沃客车 有限公司(以下简称"西沃客 车")100%股权,成交价约 1.66亿元。

在新能源乘用车领域 "一骑绝尘"的同时,比亚迪 也在逐步推进新能源客车发 展。根据比亚迪最新产销快 报,比亚迪1~10月新能源客 车累计销量4225台。此次受 让西沃客车100%股权后,比亚迪将扩大在新能源客车领域的布局,并在西安形成乘用车、商用车、电子、动力电池等相对较为完整的产业链布局。

此外,乘联会秘书长崔东树发文称,今年1~10月新能源客车销量3.2万台,同比增长12%。在国内新能源客车激烈的市场竞争下,新能源客车走向海外成为消化产能的一大方式。比亚迪方面表示,当前,以比亚迪K9纯电动客车为代表的比亚迪新能源车足迹遍及全球六大洲,70多个国家和地区,超过400个城市。

加速布局新能源客车

根据新能源商用车市场信息联席会数据,今年9月,新能源商用车销量3.3万台,同比增长95.9%,渗透率达到11.8%,首次超过11%;今年1~9月,新能源商用车销量20.4万台,同比增长80.1%,渗透率达到8.2%,首次超过8%。而2020年该渗透率仅为2.7%,2021年渗透率为4.2%。

随着国内新能源商用车销量增长,车企对新能源客车等车型的布局也在加速。 日前,比亚迪以约1.66亿元的价格,成功受让西沃客车100%股权,扩张新能源客车版图。

公开资料显示,西沃客 车成立于1994年,由西安飞 机工业(集团)有限责任公司 与瑞典沃尔沃客车公司共同 投资设立,在国内豪华高档 客车市场中的市占率曾高达 30%。在先后经历创维创始 人黄宏生的开沃新能源汽车 集团、西安高科集团等股东 的股权变更后,西沃客车最 终迎来了比亚迪。

比亚迪方面向《中国经营报》记者表示,比亚迪以纯电动"城市公交+道路客车"组合代替传统燃油车辆。

比亚迪客车电动化全系产品涵盖6~27米,覆盖城市公交、定制巴士、通勤、旅游、接待、机场摆渡车等各细分市场。近年来,比亚迪不断发力"高端品牌"路线,西沃客车过去在豪华高档客车市场的成绩正契合比亚迪高端市场布局。

值得一提的是,此次比亚迪受让西沃客车100%股权另有附加条件。在预披露和正式公告中,此次交易的附加条件还包括:要求受让方需承诺按照高新区产业用地规划进行新能源汽车生产基地建设,投资规模不低于50亿元,且需具有整车生产资质等。换言之,比亚迪此次成功拿下西沃客车100%股权耗费并不低。

至此,比亚迪已在西安 形成乘用车、商用车、电子、 轨道交通和动力电池等相对 较为完整的产业链布局。比 亚迪方面向记者表示,截至 目前,比亚迪已在陕西累计 推广纯电动客车超5500台, 推动西北地区公交电动化发 展。除了公交车,比亚迪还 在西安推广应用渣土车、环 卫车、物流车等电动卡车,全 面助力"双碳"减排。

推动新能源客车出海

当前,新能源客车销量 正稳步增长,成为客车市场 一大亮点。崔东树发文称, 10 月的新能源客车销量 0.52 万台,同比增长 54%; 1~10 月新能源客车销量 3.2 万台,同比增长 12%。其中,比亚迪 10 月新能源客车销量 265 台,1~10 月新能源客车销量 4225台,市占率约13.2%。

另据中国客车统计信息 网数据,10月,6米以上新能源客车企业销量排名中,宇通客车、中车电动、福田欧辉分别位列前三甲,比亚迪位列第10位。因此,选择已有一定市场基础的西沃客车成为比亚迪提升新能源客车市占率的方法之一。

除了扩大国内新能源客车市场份额,比亚迪的新能源客车同样在谋求出海机会。近期,比亚迪与北欧最大公交运营商Nobina签订64台大巴订单,计划于2023年第二季度交付,在挪威投入运营。另外,比亚迪已携新加坡第一辆刀片电池巴士亮相第四届新加坡国际交通大会暨展览会。

相较今年发力的新能源 乘用车出海计划,比亚迪新 能源客车的出海计划更早。 在比亚迪国际化业务推广的 规划中,第二阶段即是以新 能源公交等客车产品为主导 的商用车出海。以 2010 年 "公交电动化"战略为依托, 比亚迪开始在全球范围内推广新能源公交车。

以比亚迪K9纯电动客车 为例,该车型2011年出口美 国,2013年通过欧盟整车认 证,2015年进入日本京都,逐 步扩大国际化业务。比亚迪 方面向记者表示,以新能源 公交、大巴为代表的商用车 出海,助力比亚迪在海外建 立了新能源的品牌号召力与 影响力,为乘用车出海奠定 了良好基础。

目前,比亚迪纯电动客车已在20多个国家、100多个城市运营,累计销量超过3300台。已和北美17个州的60多个优质客户合作,累计斩获巴士订单约1000台;在拉美累计获得超过2000台纯电动巴士订单。成功进入日本、韩国和澳大利亚等发达国家,足迹遍布20多个国家和地区的40多个城市,其中在日本纯电动大巴市场市占率达70%。

值得一提的是,比亚迪 目前发布公告称,于近日收 到公司持股5%以上的第三大 股东吕向阳的函告,获悉其 将所持有公司的合计263.24 万股股份(占公司总股本的 0.09%,占其所持股份比例的 1.1%)办理质押手续,质押用 途为运营需求。本次质押 后,吕向阳累计质押公司 4060.24万股股份,占其所持 股份比例的16.97%,占公司 总股本的1.39%。