

# 布局高端新能源 上汽晚不晚

官方产销快报显示,今年前10个月,上汽集团销量为**420.9万辆**,同比下降**15.09%**;其中,上汽乘用车销量为**47.36万辆**,同比下降**11.02%**。

**-15.09%**

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)11月26日,上汽集团发布公告称,拟与张江高科、恒旭资本共同出资设立上海元界智能科技股权投资合伙企业(有限合伙),该基金计划与阿里巴巴(中国)网络技术有限公司(含其指定的下属投资主体)专项投资于高端智能纯电汽车项目(暂定名:智己汽车)。

在技术层面,“智己汽车”将获得上汽集团最新三电技术与智驾技术。同时,上汽集团与阿里巴巴在车联网系统和新零售方面的合作,与英飞凌合资设立IGBT(新能源汽车功率半导体)核心部件公司、与宁德时代在新能源电池上形成产业联盟,以及与中国移动、华为等在5G技术方面的合作都将给予“智己汽车”支持。

在资本层面,由于此次与浦东新区的战略合作,“智己汽车”将引入张江高科创新产业资本,后续新公司还将结合业务拓展,与包括阿里在内的互联网企业、科技公司、出行平台等开展深度合作,引入更多社会资本,构建更加开放的资本结构。

据了解,“智己汽车”项目为上汽集团代号为“L”的项目,该项目两年前便开始筹备,主打高端智能新能源汽车,被上汽内部视为“一号工程”。有消息称,“L”项目组由上汽集团董事长陈虹亲自挂帅,总裁王晓秋任总指挥,副总裁兼CFO卫勇、副总裁兼总工程师祖似杰等高管也悉数进入组内。

今年上半年,上汽集团旗下荣威品牌推出全新“R”系列,定位中高端新能源汽车。业内人士认为,“智己汽车”项目的定位应该高于上汽荣威“R”系列,可能与上汽乘用车同级。

汽车行业分析师张翔表示,“智己汽车”项目并非上汽集团冲击高端市场的首次尝试,此前上汽集团通过荣威品牌已经有过多次尝试,但效果一直不理想。根据目前有限的官方信息,只能确定“智己汽车”项目的资金来源和领导班子构成。

事实上,此次上汽集团启动“智己汽车”项目并不意外。此前,不少自主品牌都已推出各自独立的高端新能源汽车品牌。今年7月,东风汽车发布旗下全新高端电动品牌,并取名“岚图”。随后,今年北京车展,岚图汽车首款量产概念车岚图iFree正式亮相,北汽集团

高端新能源汽车品牌ARCFOX首款量产SUV ARCFOX α T也开启预售。

目前,在车市下行压力下,向上突围高端市场已经成为自主品牌无法回避的选择。数据显示,今年前10个月,自主品牌乘用车销量仅约575.2万辆,同比下降14.1%,降幅超过乘用车市场整体,且市场份额也缩水1.8%,仅剩37.1%,创下近年来新低。

尽管稳坐国内车企销量排行榜首位,但上汽集团也面临销量负增长挑战。官方产销快报显示,今年前10个月,上汽集团销量为420.9万辆,同比下降15.09%;其中,上汽乘用车

销量为47.36万辆,同比下降11.02%。

一方面是销量下滑,另一方面是新能源车市场和高端车市场的新机遇。数据显示,传统车企自主品牌纯电动车型市场份额在今年10月达到73%,较三季度上升10%。《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》提出,到2025年,新能源新车销售量将达到我国新车销售总量的20%左右。

在高端车市场,去年国内车市增/换购比例首超40%,增/换购消费者一般都会选择升级车辆,预算会相应提高10万元以上。今年受疫情影响,前10个月国内车市销量虽同比下降5%,但25万元以上的中高端产品销量已率先实现正增长,增速同比提升3%。

“智己汽车”未来如何布局,与别的自主品牌相比怎样形成自身的差异化竞争优势,现在都存在太多未知数。不过,智能网络、自动驾驶、新能源这些肯定是“智己汽车”绕不过去的布局方向。至于价格方面,“智己汽车”未来的量产车售价应该不会太高,维持在30万元左右是一个比较稳妥的选择。”张翔说。

## 小影是谁

排名50开外的移动视频剪辑软件“小影”要上市。11月26日,北京商报记者在证监会浙江监管局官网发现,杭州小影创新科技股份有限公司(以下简称“小影科技”)已与国泰君安证券签署上市辅导协议,公示文件显示,小影科技成立于2012年,用户数超过10亿。不过,国内用户可能并不熟悉这款数据亮眼的产品。实际上,小影科技确实对海外市场更上心。而且,小影科技的产品多为工具属性,而国内头部剪辑软件则是视频平台的“附件”。小影科技在国内市场的表现,其实是工具矩阵对抗视频衍生软件的缩影。

### 谁的小影

看到小影科技启动上市的消息时,很多人不禁发问,小影科技是谁?简单来说,小影科技是一家移动端视频创作软件和服务提供商,核心产品包括VivaVideo(小影)、VivaVideo Pro(小影Pro)等。

北京商报记者体验发现,小影旗下的产品都聚焦视频编辑,区别于功能完善度。比如小影是初学者和专业人员都可用的视频剪辑工具;VivaCut是专业视频剪辑软件;小影记专注音乐相册的视频编辑;Tempo突出热门模板特效一键制作。

用比达咨询分析师李锦清的话说就是,“小影是在用不同的产品,把视频编辑功能做拆分和整合,希望最大限度地覆盖到更多用户。这种策略并不是所有视频编辑类软件的通用做法,比如像剪映、快影就是一款产品打天下,但像InShot,它也是采用‘群发’”。

从产品背后的企业属性,可以窥见这种策略差异化形成的原因:“一般单纯做编辑工具的会分得更垂直。”李锦清解释。

这就跟字节跳动上线过抖音、火山小视频、西瓜视频,百度有好看视频、全民小视频等,是一样的逻辑。同样被普遍认可的情况还有,一家企业发生重大新闻时,旗下产品的关注度大概率会飙升。

不过,小影科技的上市消息并未对旗下产品有明显的拉动作用。截至北京商报记者发稿,小影在苹果应用商店免费摄影与录像榜单中排名第55、VivaCut排名第557、Tempo排名第430、小影记排名第368,虽较此前排名有一定提升,但相对有限。对于为何上市,小影科技相关人士告诉记者:“目前公司和团队还是优先专注业务,上市只是辅助”。

### 偏爱海外

产品层面的淡定,可能跟小影科技并未完全押宝国内市场有关,这一点从小影科技的发展历程中即可窥见。

小影科技官网信息显示,2012年小影科技成立于杭州,2013年上线小影App,2014年正式上线海外版本VivaVideo”。

小影全球累计用户突破6亿, Sensor Tower二季度中国短视频/直播App海外应用商店收入排名第四

在 App Store 11 个国家中排名第一

小影在印度设立本地团队

小影升至美国 App Store 总榜第 81 位,全球累计用户超过 1 亿

正式上线海外版本“VivaVideo”, VivaVideo 曾位列 Google Play 巴西视频榜第一

小影科技成立

在总结发展历程时,小影科技强调的全是海外市场成绩,比如2014年VivaVideo曾位列Google Play巴西视频榜第一;2015年小影升至美国App Store总榜第81位,全球累计用户超过1亿;2017年,小影在印度设立本地团队;2018年在App Store 11个国家中排名第一,在Google Play 60个国家中排名第一;2019年小影全球累计用户突破6亿, Sensor Tower二季度中国短视频/直播App海外应用商店收入排名第四。

对于为何选择出海,小影科技相关人士告诉北京商报记者:“我们的技术人员占40%左右。小影科技产品矩阵完全是自主研发,拥有多项音视频、图形图像方面的专利技术。我们覆盖全球200多个国家,拥有超10亿用户,无论是创新技术还是市场占有率,都有极大优势”。

事实上,小影今年在海外并非一帆风顺。今年6月,印度禁用59款App, VivaVideo就在其中。不过2020年下半年有海外报道称,VivaVideo上榜了Android十佳视频编辑应用。报道还称,9月下旬《印度时报》评选了6款Android最佳视频编辑应用,VivaCut在列。

针对海外市场的不确定性,小影科技相关人士向北京商报记者表示:“一方面,全球化业务部署降低局部地区由于政策风险导致的风险;另外也会更多考虑到各个国家/地区的合规问题,以及重点国家的服务器和存储等问题”。

至于小影是否已在印度正常运营,该人士直言:“目前印度对中国App基本上都是下架处理,地缘政治因素不做展开讨论”。

### 需要爆款

作为出海的中国互联网公司,小影遭遇的问题其实是缩影,不光体现在地缘政治层面,更重要的反映在商业化层面上。

文渊智库创始人王超告诉北京商报记者:

“中国出海的互联网公司中,以前以工具类为主,比如猎豹科技等,以杀毒清理等工具为主;目前出海的以内容类App为主。抖音海外版TikTok、快手海外版和Bigo都是中国出海做视频内容的公司,小影做这种工具类的变现不容易”。

北京商报记者发现,目前小影科技旗下的产品早就开始商业化。以小影为例,VIP会员可享受去除水印、高清导出等功能,有包月和永久VIP两种选择。

不过,业内人士认为其在苹果应用商店的排名,反映出的问题也不能忽视。

截至北京商报记者发稿,苹果应用商店免费摄影与录像榜单中,字节跳动旗下的剪映排名第二,仅次于抖音,是视频编辑类第一名。快手的快影排名第19,成绩优于小影,也是国内头部的视频剪辑软件。前述的InShot排名第39,亦高于小影的55名。

“小影的排名,说明其竞争优势有限,也看不出未来有什么潜力。作为一款工具类的App,即便做得非常优秀,变现能力都不尽如人意,这种排名可以说公司创新不足。此类公司唯一的出路就是打造产品,争取有一款爆款产品,否则不管在国内还是海外都没有发展空间。”王超直言。

抛开海外市场,与视频社区平台衍生出的剪辑软件争夺用户,是小影不可避免的竞争。剪映和快影这种应用,有视频平台大量的用户做支撑,平台可引流,功能可打通等天然优势,让用户黏性更强。

小影科技相关人士则认为:“尽管国内剪辑产品层出不穷,但是应对的用户群体需求实际上是不同的,而小影自身的优势很明显,第一,我们拥有覆盖大众、高级、模板类的产品矩阵,能够极大程度地满足明显的用户差异化需求。其次,我们最为注重产品体验和ación,长达八年的剪辑工具开发经验,让我们善于把握用户偏好趋势。竞争丰富生态的多样性,是一件好事,促进我们成长。”

北京商报记者 魏蔚

## 任正非寄语新荣耀：做华为最强竞争对手

北京商报讯(记者 石飞月)11月26日,华为总裁办发布了华为创始人任正非在荣耀送别会上的讲话,他鼓励新荣耀拥抱全球化,做华为最强的竞争对手。

11月17日,多家企业在《深圳特区报》发布联合声明称,深圳市智信新信息技术有限公司已与华为投资控股有限公司签署了收购协议,完成对荣耀品牌相关业务资产的全面收购,出售后,华为不再持有新荣耀公司的任何股份。声明显示,此次收购既是荣耀相关产业链发起的一场自救和市场化投资,让新荣耀在资源、品牌、生产、渠道、服务等方面汲取各方优势。

天眼查App显示,成立于今年4月的荣耀终端有限公司已经发生工商变更,大股东从华为投资控股有限公司变更为深圳市智信新信息技术有限公司;工商变更事项中,负责人由郑丽英变更为万飏;余承东、郑丽英、魏承敏从主要人员中退出;新增李山林、方飞、张静。

谈到出售荣耀的原因,任正非表示:“华为在美国的一波又一波严厉的制裁下,使我们终于明白,美国某些政客不是为了纠正我们,而是要打死我们。华为短期的困难,我们

有能力克服。我们不因自己受难,而要拖无辜的人下水。但分布在170个国家的代理商、分销商,因渠道没有水而干枯,会导致几百万人失业;供应商也因为我们不能采购,而货物积压,销售下滑,拖累股市。”

任正非指出,荣耀是生产中、低端产品的,剥离后的荣耀在智信公司(深圳市智信新信息技术有限公司)的领导下迅速恢复生产,解决上、下游合作伙伴的困难。

关于华为和荣耀的关系,任正非强调,一旦“离婚”就不要再藕断丝连,理智地处理分开,严格管理,严格遵守国际规则,各自实现各自的奋斗目标。“不能像小青年一样,婚姻恋爱,一会热一会冷,缠缠绵绵,划不清界限。也不要心疼华为,去想你们的未来吧!未来我们是竞争对手,你们可以拿着‘洋枪’‘洋炮’,我们拿着新的‘汉阳造’,新的‘大刀’‘长矛’,谁胜谁负还不一定呢!”

产业观察家洪仕斌认为,华为和荣耀以后在消费电子市场将不再是并肩战斗的战友,而是竞争对手,没有华为这个强大的背景,荣耀单飞后势必面临很多挑战,包括消费者的信任、磨合新管理运营团队以及技术上的支撑。

## 投资4200万元 特斯拉将在华生产充电桩

北京商报讯(记者 刘洋 濮振宇)11月26日,上海企事业单位环境信息公开平台发布报告显示,特斯拉拟投资4200万元在上海建设新厂生产充电桩,该项目总建筑面积4841平方米,计划于明年2月完成,预计年产充电桩1万个,主要为V3超级充电桩。

据了解,V3充电桩可支持最高250千瓦的峰值充电功率,相比V2超级充电桩提升1倍以上。特斯拉方面称,此举将加速V3超级充电桩在中国的普及,让中国更多的特斯拉用户享受到“充电15分钟,续航250公里”的体验。

完善的充电服务,将直接影响品牌竞争力。除特斯拉,蔚来、小鹏等国内头部造车新势力均加大力度布局充电业务。今年9月,蔚来宣布新补能计划“Power Up Plan”,该计划旨在全国部署总计超过3万个目的地直流桩,补贴金额总计1亿元。

不过,公共充电桩属于重资产,建设和运营成本较高,为减轻资金负担,更多电动汽车企业选择与第三方合作,较少自建公共充电桩。通过合作方式,早在去年底,威马汽车接入的公共充电桩累计数量便已突破20万个。今年6月底,小鹏汽车超级充电站已签约200家,接入第三方充电桩数量超20万个。第三方公共充电桩的建设者主要为国

网电动等充电桩运营商。截至今年10月,国内运营充电桩数量超过1万个的充电桩运营商共有9家。以国网电动为例,截至今年11月中旬,该公司已建成高速公路快充站2003座、城市公共站7027座、专用充电站3476座,县城城市充换电设施3.5万个。

对于此次特斯拉在华落地充电桩生产项目,汽车行业分析师张翔表示,特斯拉充电桩国产化需要在国内采购原材料,这将给上游相关企业带来不小的订单机遇,能促进国内充电桩产业链的发展。

去年底,特斯拉在华的超级充电站已超过300座,覆盖140多座城市,运行的超级充电站已超过2200个,搭配2100多个目的地充电桩。根据计划,到今年年底,特斯拉将在华建设并开放650座超级充电站,超过5000个超级充电桩,覆盖250座以上城市。

目前,特斯拉充电桩的运营模式较为封闭,仅支持特斯拉汽车使用。业内人士表示,如果特斯拉未来愿意开放充电桩给其他品牌的电动汽车,可以更快收回成本,按照现行政策,也更容易满足获得充电桩相关补贴的要求。

针对未来特斯拉充电桩运营计划,北京商报记者联系特斯拉相关负责人,但截至发稿,尚未获得回复。