

2021上海车展
特别报道

未开先战,车企抢“滩”

中高端新能源市场混战

特斯拉Model 3在华销量节节攀升,也让外界看到国内20万-40万元中高端新能源汽车市场的巨大潜力。因此今年上海车展前夕,部分自主品牌和合资品牌也瞄准该市场,扎堆推出全新电动车型。

4月15日晚,吉利旗下全新纯电品牌极氪正式完成品牌发布,品牌首款量产车型极氪001也启动预订,补贴后价格区间为28.1万-36万元,并于10月1日前启动交付。4月16日,吉利旗下另一高端品牌领克也正式发布全新插电式混合动力车型领克05 PHEV并开启预售,预售价为23万元。

“近年来,吉利整体销量一直稳居自主品牌第一,但新能源板块相对弱势,不及比亚迪等竞争对手。在此情况下,吉利将重磅电动车型发布时间放在今年上海车展前,有利于获得更高关注度。”汽车行业分析师张翔表示。

其实,选择将电动新车发布时间放在车展前夕的自主品牌,不止吉利一家。4月16日,威马汽车全新车型W6正式上市,共推出5款车型,包括520公里和620公里两个续航版本车型,补贴后售价为16.98万-25.98万元。

作为造车新势力之一,威马汽车位于行业第二梯队,销量低于蔚来,与小鹏、理想基本处于同一区间。数据显示,去年蔚来、理想、小鹏、威马的新车交付量分别为4.37万辆、3.26万辆、2.7万辆和1.24万辆。

除自主品牌,部分国外品牌也选择在上海车展前夕发布重磅车型。4月13日,福特中型纯电动SUV Mustang Mach-E在华开启预售,售价区间为26.5万-37.99万元,这款基于福特全球首个高性能纯电动平台打造的纯电动SUV,将由长安福特进行生产,对标车型为特斯拉Model Y。近年来,福特在华发展并不顺利。对于此次上市的Mustang Mach-E,福特中国方面寄予厚望,计划为其单独建设展厅,采用直营模式销售。据了解,福特中国今年将在全国20座核心城市开启Mustang Mach-E城市直营体验店。

4月19日,2021上海车展正式开幕。但在开始前,不少车企已迫不及待提前发布新车,抢登“上海滩”。吉利极氪001、福特Mustang Mach-E、北汽极狐阿尔法S、奔驰EQS等重磅电动车型纷纷在车展前夕启动预售或正式上市,涉及自主品牌、合资品牌、豪华品牌、造车新势力。随着诸多新车推出,围绕新能源方向,2021上海车展的“战火”已提前烧起。



值得一提的是,各品牌在上海车展前夜抢秀“肌肉”的同时,部分车企的新车也引来质疑声。其中,在新能源车领域一直缺席的马自达,首款纯电动车型长安马自达CX-30EV终于在4月17日首发亮相。据了解,该车型续航里程为450公里。然而,在电气化平台架构已成为众多车型新能源造车方向情况下,基于燃油版车型打造的长安马自达CX-30EV,依然延续的“油改电”造车思路成为“槽点”。业内人士认为,该车型更像是马自达为平衡“双积分”政策的过渡产品。

自动驾驶站C位

尽管自动驾驶(辅助驾驶)已成为车企争相布局的热门领域,但此前几乎没有几款车将自动驾驶作为核心卖点。但今年上海车展前夕,主打高级别自动驾驶功能的新车开始集中涌现。

4月17日,极狐与华为携手打造的全球首

款搭载3激光雷达量产车型——阿尔法S华为HI版正式亮相,分为基础版与高阶版,预售价分别为38.89万元和42.99万元。

据了解,阿尔法S华为HI版搭载华为ADS高阶自动驾驶系统,具备华为最高阶自动驾驶能力,可实现全程由车辆自行判断路况并自动驾驶,在实际道路行驶时无限接近人工驾驶,提供直行、左转、无保护转弯等功能。

值得注意的是,阿尔法S如果能够在特斯拉FSD正式发布前实现量产交付,将成为全球首款具备城市自动驾驶能力的量产车型,华为ADS也将成为全球首套实现量产应用的城市自动驾驶系统。

无独有偶,4月14日小鹏汽车旗下全球首款量产激光雷达智能汽车小鹏P5也正式对外发布。借助32个传感器及1组高精度定位单元(GNSS+IMU)的硬件解决方案,小鹏P5能够支持车辆实现XPilot 3.5自动驾驶辅助能力。

此外,威马汽车4月16日上市的威马W6也宣称率先实现L4级别无人驾驶。官方介绍

显示,威马W6具备HVR(自主学习泊车)和PAVR(高精地图泊车)两种能力,其中HVRV适用于住宅、公司等固定车位场景,车辆仅需学习一次即可自主寻径泊车。

威马汽车创始人沈晖透露,公司已经开启L5有限场景自动驾驶项目,明年能够实现部分场景L5级别的无人驾驶,将通过新产品搭载以及OTA推送方式,让威马用户可以体验到有限场景的L5级别无人驾驶。

车企竞相打出“自动驾驶牌”的背后,是该领域的加速成熟。中金公司近日发布报告称,在计算芯片、核心传感器、高精度地图等技术进步红利下,高级别自动驾驶商业化进程提速,有望在高速公路商用车、城市出行乘用车等场景超预期落地。

奔驰奥迪竞速纯电转型

不仅自主品牌和合资品牌,以奔驰、奥迪为代表的豪华品牌在上海车展前夕同样动作频

频,意图通过推出全新车型加快电动化转型。

4月16日,奔驰EQS正式发布。作为奔驰EQ家族旗舰级车型,EQS定位纯电动大型车,为奔驰全新EVA平台打造的首款车型,配备全新MBUX Hyperscreen”系统,WLPT续航里程为770公里。

作为一线豪华品牌,奔驰在中国纯电动汽车市场的布局尚处起步阶段。2019年11月,奔驰在中国市场正式上市首款纯电动车型EQC。不过,截至目前,奔驰并未披露过EQC的销量数据。

根据计划,今年起,奔驰旗下AMG、迈巴赫和G级车都将推出全新电动化车型。而在中国市场,今年除发布EQS,奔驰EQA和EQB两款纯电动车型也将在北京奔驰投产,而EQE的国产也将提上日程。

作为另一家一线豪华品牌,4月16日,一汽-大众奥迪则带来e-tron车型,本次共推出3款车型,售价区间为54.68万-64.88万元,相比进口车型明显下降。同时,为进一步扩充纯电动车型产品线,一汽-大众奥迪e-tron Sportback也一同上市,其中e-tron Sportback 55 quattro豪华型指售价为65.88万元,e-tron Sportback 55 quattro臻选型售价为71.88万元。

目前,除e-tron,奥迪旗下Q2L e-tron及A6L TFSI e等电动化车型均已在在一汽-大众实现国产。根据计划,今年奥迪将与合资伙伴一起向中国推出9款新能源车;到明年,奥迪在华本土化生产的新能源产品阵容将增至12款。

经济学家宋清辉表示,今年为奔驰、奥迪等豪华品牌电动化转型的关键年,就中国市场而言,哪家车企的全新电动车型更受市场青睐,便能在新一轮较量中占据更多主动权。

数据显示,去年一线豪华品牌BBA(奔驰、宝马、奥迪)合计占据国内豪华车市场高达2/3的份额,其中宝马以77.74万辆(包含BMW和MINI)的成绩再夺豪华车销量冠军,奔驰以77.44万辆(不包含Smart)的成绩排名第二,奥迪则以72.63万辆的销量成绩位居第三位。

北京商报记者 刘洋 濮振宇

房企年报季特别报道

三道红线+供地两集中之下 房企规模化野心不减

面对“三道红线”的重压和供地政策“两集中”的试点,当外界普遍认为“减速”会成为开发商2021年目标确定的关键词时,却依然有企业逆势而行。随着年报季临近收官,北京商报记者统计发现,无论是头部的碧桂园,还是3000亿元档的世茂、金茂、绿城,抑或是近两年的新贵龙光等,均在谈及2021年目标时继续表现出对规模化的诉求,部分如绿城等中期目标甚至对标当前头部企业的数据。这不禁让人想问:“三道红线”之下的规模化还有机会吗?两集中叠加“三道红线”的规模化安全边界又在哪?

降速与规模化同行

在刚刚过去的年报季,各大房企都亮出了过去一年的成绩单,与往年相比,各房企销售增速放缓尤为明显,这一指标2020年大多处于“降速”区间。

克而瑞研究中心数据显示,2020年来看,绝大部分在年内设定了业绩目标的规模房企,均完成了年度业绩目标。但整体来看,受疫情影响,2020年企业整体的业绩完成情况不十分理想,目标完成度超110%的房企数量不及2019年,目标完成度在90%-100%之间的房企数量也有所提升。

延续去年的应对态度,2021年众房企继续保持“谨慎”,不过也有房企脱离于大势之外,表现出对规模化的诉求,而其中不乏具备一定规模体量的房企。

2020年,世茂实现合约销售额3003亿元,同比增长15.5%,这一增幅也领先大多数房企。在顺利完成2020年度3000亿元的销售目标后,世茂集团董事局副主席、总裁许世坛于业绩会上对外宣布,2021年的合约销售目标

为3300亿元,比上一年度3003.07亿元的签约总额增长约10%。

同样喊出规模化增长的,还有将矛头直指3000亿元的旭辉。2021年,旭辉将销售目标值设定为2650亿元,同比增长15.22%。

在众多房企中,如果说近期哪一家房企对规模增长表现尤为积极,那无疑是绿城中国。自中交入主后,绿城重启规模化进程。绿城正在制定五年发展规划,预计到2025年冲击5000亿元的销售目标。“在今年的业绩发布会上,绿城中国董事长张亚东丝毫没有掩饰对规模的追求,并提出,在重资产房地产开发板块,绿城到2025年底,目标销售额是超过3500亿元,保持15%的增速。

行业下行压力加大,房企主动降速成为“活下去”的应对手段,但对于未来规模化诉求也存在不同声音。在地产分析师严跃进看来,上述提出规模的房企都有一个共同点,那就是在新的“战场”具有优势。就眼下的市场形势而言,“大吃小”的局面正在逐步形成,谈规模也是着眼于下半场的长远发展。

同策研究院资深分析师肖云祥则表示,

强调做规模是因为大有可为,其实房企做规模带来的红利很多,比如市场占有率、资源获取能力、降低融资成本、品牌效应等,但规模和负债之间还需要进行平衡。目前,市场调控趋严,并不是说无法做规模,只是在目前的市场环境下,想像过去几年一样高速增长的可能性很小。

“两集中”成分化加速器

2020年,有三个重要政策影响着房地产市场,即融资“三道红线”、银行“两道红线”以及供地“两集中”,而这也被视为从融资、市场、土地方面进行管控。

融资“三道红线”在去年中期报成为话题,而今年年报季则围绕供地“两集中”展开讨论。所谓供地“两集中”,就是指城市全年土地出让集中3次进行,实际间隔时间和出让地块数量要相对均衡;并要求同批次土地出让应确定共同的挂牌起止日期,应当连续集中完成拍卖活动。

“面粉”是房企赖以生存的基础。在今年的业绩会上,众房企对“两集中”的态度也较为积极。

例如对规模化抱有诉求的世茂,其管理层直言,供地“两集中”对于大型房企而言,是比较好的机会,世茂也预留了一些资金,希望能在4-5月参与进来。政府出台该政策的目的是,主要还是为了稳地价、稳房价。在世茂深耕的长三角及粤港澳大湾区两个区域,土地价格上涨较为明显,世茂比较期待“两集中”政策的出台,带来更多的机会。

而财务指标一向稳健的万科也提出“机会”论。万科董事会主席郁亮称,有时候出现下降,是万科在等待机会,今年土地集中供

应,要求企业资金有很大的弹性,如果没有很大的弹性,面对土地集中供应会遇到很大的压力。所以18%的净负债率刚好是在等待市场变化的机会。按照郁亮的说法,今年大概率会是万科大力补土储的一年。

“两集中”政策会加速房地产行业的分化,有实力的会吃得更饱。”严跃进称,对于有规模诉求的房企来说,现在正是“弯道超车”的好机会,此消彼长可以拉开同级别之间的差距。而这之中,两类房企相对具备优势。一类是财务指标健康的房企,尤其是全国化布局下,对资金充裕的房企反而机会更多;另一类则是专注于单一区域的房企,相对而言资金压力要小很多,且这类企业大多区域深耕多年,拿地方式也更为灵活,对于招拍挂的依赖程度并不高。

严跃进分析指出,做规模的另一层含义也是为了提高房企自身创收能力,集中供应能极大程度上抑制土地溢价率,从源头进行管控。也就是说,部分房企的低毛利率情况会因此有所改善。

安全边界在哪

克而瑞发布的专题报告显示,近年来中国房地产行业整体规模增速放缓,行业发展“稳”字当头。在目前“房住不炒”的政策主基调下,未来行业发展方向变得清晰。预计2021年全国商品房销售金额将继续保持增长,但销售面积大概率会维持在目前的水平,行业整体规模将步入无增长时代。

无增长时代下,规模化诉求的安全边界又在哪?

根据今年各大房企业绩会所透露的信息,以及行业专家的反馈,这一安全边界大概

锁定在市场布局、融资水平、强管理和抓产品力等几个方面。

可以看到的是,随着三四线城市红利的消退,房企普遍回归一二线城市发展,而这之中也有碧桂园等继续看好三四线的房企,归结于一点就是在于对未来市场的把握。

“无论市场怎么变,房企创收的逻辑一直没变。”贝壳研究院高级分析师潘浩称,用更便宜的钱、拿盈利空间更好的地、快速完成销售回款、再投入新的项目运作是基本逻辑,政策促使房企更谨慎也更精准地去把握市场。许多房企都在进行更细致的市场划分,用自己的优势兵力在细分市场取得更好的收益,从而形成长期稳定的增长。

另一方面,房企融资水平也直接影响到规模化进展是否顺利。今年一季度,房地产行业整体债市下行,发债规模同比下降23%,境内外债市表现分化,境内债市平稳适度宽松,境外债市低迷致规模大幅下滑。融资新规后,已连续两月新增发债不及到期债务规模,该趋势或成近年常态化表现。

“三道红线”之下,房企继续举债冲规模已绝无可能,但适度的扩容仍具备提升空间。”肖云祥称,融资方面,目前各大房企需要提升融资能力不仅是获得融资,而且还要降低融资成本,这一方面可以保障企业财务指标安全,另一方面也会使公司获得更大的利润空间。

除此之外,开拓新赛道、强管理和抓产品都是房企发展的重心。最近几年,各大房企动作频频,有分拆旗下公司上市的,有积极拓展多元化赛道的,有优化产品线的,也有依靠管理红利进行降本增效的。归根结底,大家要的无非是有质量发展。

北京商报记者 卢扬 王寅浩