

新车亮相 富士康造车梦起步

与拜腾合作被搁置并未让富士康造车梦醒,反手便和裕隆联手将PPT变为实车。10月18日,富士康母公司鸿海科技正式宣布纯电动汽车品牌Foxtron,并带来3款新车。作为苹果最大代工企业,曾有业内人士认为,如果苹果造车成功,富士康有望凭借其牢固的供应关系,为苹果汽车代工。而在软件定义汽车渐成趋势背景下,富士康抢先苹果亲自下场。不过,虽然一口气亮出3款车型,但作为造车新人的富士康同样面临量产、交付等关口。同时,中国大陆市场已成为全球新能源汽车增长主引擎之一,未来富士康能否借助东风裕隆既有资源,也成为关注焦点。富士康的“造车梦”刚刚起步。

抢先苹果推新

与同样有造车计划的苹果相比,其代工工厂富士康抢先一步推出了电动汽车。

10月18日,富士康发布旗下纯电动汽车品牌Foxtron,并推出3款新车,分别为Model C、Model E及Model T。其中,Model C定位纯电中型SUV,Model E定位纯电中大型轿车,Model T定位纯电动大巴车。

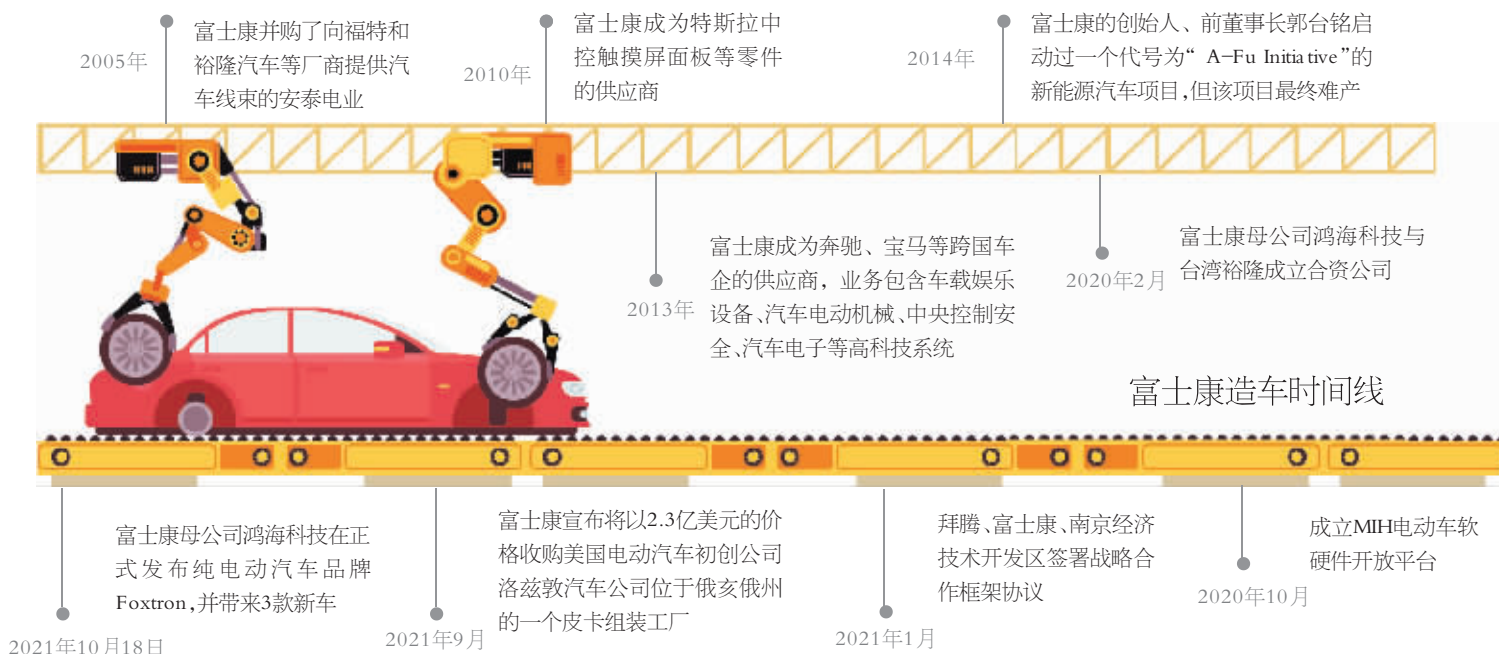
鸿海科技方面表示,Model C车型将于2023年首发,售价最高不超过100万新台币(约合不超过23万元),这意味着该车型进入特斯拉Model 3价格区间。

资料显示,富士康科技集团为中国台湾鸿海精密集团的高科技企业,富士康也是苹果最大代工厂,目前苹果相关业务占富士康年销售额的五成。

然而,这家全球最大消费电子代工企业却有个“造车梦”。2005年,富士康并购了向福特和裕隆汽车等厂商提供汽车线束的安泰电业;2010年,富士康成为特斯拉中控触摸屏面板等零件供应商;2013年,富士康成为奔驰、宝马等跨国车企的供应商,业务包含车载娱乐设备、汽车电动机械、中央控制安全、汽车电子等高科技系统。

随后,富士康首次开启造车之旅。2014年,富士康创始人、前董事长郭台铭启动代号为“A-Fu Initiative”的新能源汽车项目。曾有消息称,郭台铭不止一次在内部会议上表示:“如果我们能制造iPhone,为什么不能制造电动汽车?这是一款有四个轮子的iPhone”。但最终该项目难产,不过富士康的造车路并未止步。

刘扬伟在接替郭台铭成为现任鸿海集团董事长后定下目标,公司要在七年内占据电动车市场10%的份额。为扩大其产品阵容和网罗更多技术,在过去一年半时间里,刘扬伟签署了一系列供应协议和技术开发伙伴关系。富士康进军汽车领域的野心再度浮出水面。



借裕隆进入大陆市场?

刘扬伟曾认为,2024年将是电动汽车关键年,很多电动汽车将在2024年前发布,对于中国台湾电动汽车产业来说,最近两三年尤为关键,鸿海也希望抓住电动汽车的新商机。

但是,新车亮相并不意味着富士康已经完成“造车梦”,还将面对量产、交付等层层关口。而在产品投放市场选择上,中国大陆成为绕不开的市场。

未来,富士康量产车型欲尽快实现销量规模化效应,能否在中国大陆量产并抓住消费需求成为关键。而合作方裕隆汽车扮演的角色愈加微妙。

去年,富士康母公司鸿海精密宣布与裕隆成立合资公司,双方将推动整车研发设计、开放平台共享化及生态,创造从品牌到平台的跨界汽车联盟。而此次发布的3款新车,均由鸿海集团与裕隆成立的合资公司打造。

相比“新人”富士康,裕隆在中国大陆有足够的造车经验。2010年,中国台湾裕隆集团与东风汽车合资成立东风裕隆,这是海峡两岸首个以大中型自主品牌定位的汽车制造企业,总部位于杭州萧山。不过,从2019年开始,东风裕隆便被多次传出已陷入生产停顿状态,旗下纳智捷品牌将要退出中国大陆市场的传闻。去年,有消息称,裕隆与东风汽车已就纳智捷品牌退出中国大陆市场达成基本共识。而作为股东方之一的东风汽车方面表示,双方正探讨东风裕隆的发展,目前没有解决方案。近日,有消息称,中国台湾裕隆集团将

回购东风裕隆合资公司中东风汽车持有的股份,回购完成后,原合资公司将专注于电动汽车业务,并与富士康展开合作。不仅押宝裕隆,也许为了“双保险”,富士康还找了拜腾。今年初,拜腾、富士康及南京经济技术开发区签署战略合作框架协议,宣布合力加速首款车型M-Byte在明年一季度前实现量产。然而,有报道称,由于拜腾内部股东复杂的博弈以及拜腾公司的运行问题,新股东富士康正考虑撤资,这意味着双方的合作将无疾而终。“富士康有造车野心。”中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉表示,一方面欲通过裕隆在中国大陆的资源,将Foxtron品牌引入;另一方面想凭借接近量产的拜腾进入电动汽车市场,相比与裕隆合作从新研发车型

到推出产品,拜腾在新能源汽车领域拥有一定经验和技能积累,同时M-Byte车型已接近量产,这些都是富士康所需要的,在Foxtron品牌杀到前有富士康背景的车型能够先期入市,也能为Foxtron品牌探路。

就与拜腾的合作进展及未来是否会在东风裕隆量产车型等问题,北京商报记者联系富士康方面,但截至发稿尚未得到回复。

欲作汽车圈“安卓”

事实上,亲自下场造车只是富士康汽车版图的“冰山一角”。

值得注意的是,在不断与供应商联手、与车企合作中,富士康已拥有电池供应商资源和成本优势,并在汽车零部件行业中积累了10多年经验。刘扬伟表示:“我们不再是新人了”“我们已经逐步建立电动汽车供应链”。

2019年6月,刘扬伟曾作出一番承诺:“到2025年,全球5%的电动汽车将会采用富士康的设计、部件、机械零件或软件。”这意味着,富士康看中的不仅仅是造车、卖车,而是汽车产业链闭环。为此,富士康欲打造一个“电动汽车版的Android”。去年10月,富士康推出MIH模块化纯电动车平台。据悉,软件及硬件对外开放的MIH平台如安卓系统般拥有开源性,任何车企都能使用该平台,同时在平台基础上可按需进行定制。

“如果说,特斯拉是电动汽车界的iPhone,希望富士康能成为电动汽车界的Android。”刘扬伟说。

不过,平台化已成为造车领域标配。此前,大众MEB平台及吉利花费180亿元打造的SEA浩瀚架构,均在业内拥有领先技术,并同为开放式平台面向全行业开放共享。业内人士表示,目前汽车行业均在押宝平台化、模块化,但如何吸引其他车企合作,并将其打造为一种商业模式仍处摸索阶段,短时间内很难实现,谁能先找到符合发展的商业模式,便能在未来竞争中抢得先机。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

9月五大指标下滑 房地产市场寒意已至

10月18日,国家统计局披露今年前9个月全国房地产开发和销售情况。尽管前三季度累计保持了正增长,但从9月单月的数据看,多个指标悉数出现下滑——商品房销售额为15748亿元,较去年同期下降约15.8%;销售面积16139万平方米,较去年同期下降约13.17%,此外,房地产开发投资额、房屋新开工面积、开发企业到位资金额等数据也均呈现负增长,如果没有意外调整,房地产行业将正式“入冬”。

市场拐点出现了

国家统计局数据显示,今年前9个月,全国商品房销售面积130332万平方米,同比增长11.3%;比2019年1-9月增长9.4%,两年平均增长4.6%。其中,住宅销售面积增长11.4%,办公楼销售面积增长3.1%,商业营业用房销售面积增长0.7%。

北京商报记者经过拆分发现,9月单月商品房销售额、销售面积双双出现下调。今年9月,全国商品房销售额为15748亿元,低于2020年及2019年同期,同比下降约15.8%;销售面积16139万平方米,较去年同期下降约13.17%。

“2021年楼市调控影响全面出现,市场连续3个月开始同比下调,代表了市场拐点出现。”中原地产首席分析师张大伟表示,2021年全年房地产市场销售额超过18万亿元创造历史纪录虽然基本已成定局,但房地产调控抑制市场的影响开始逐渐出现,楼市在四季度继续下调成为市场趋势。

正在为项目的去化焦头烂额的华东某民企北京公司总经理直言,原本8、9月是有客户、没贷款,跟相熟的银行排排队、沟通一下,能够缓慢解决一部分,但现在银行的态度还

是一如既往,可客户的心理已经出现变化——再等等,可能会降价。现在市场观望的情绪非常严重,加上企业爆雷,有钱有资格也在观望。”

投资增速滑落至个位

销售不佳的情绪也影响到开发投资的积极性。1-9月,全国房地产开发投资112568亿元,同比增长8.8%;比2019年1-9月增长14.9%,两年平均增长7.2%。其中,住宅投资84906亿元,增长10.9%。

自今年2月房地产开发投资增速迎来小高峰后,开发投资增速持续放缓,已连续7个月收窄。8.8%的投资增速,也是年内首次进入个位数。

贝壳研究院高级分析师潘浩表示,受竣工交付的投入对开发投资的支撑影响,三季度开发投资额与去年同期基本持平,但年内增速持续收窄。其中,新开工面积增速下行对开发投资额增速起到向下拉动作用。

从9月单月数据来看,房屋新开工面积为17442万平方米,较去年同期的20173万平方米下降约13.54%。

新开工面积下滑,房企主观“保守”意愿更加强烈。张大伟称,新开工等数据全面下

调,背后原因核心是“三道红线”等严重抑制了房企融资,特别是私企开发商基本全面暂停,房地产三季度市场全面“速冻”。

海外融资依然艰难

房贷利率持续上行拉动销售回款增速下行,到位资金增速再度收窄。

1-9月,房地产开发企业到位资金151486亿元,同比增长11.1%;比2019年1-9月增长16%,两年平均增长7.7%。其中,国内贷款18770亿元,同比下降8.4%;利用外资59亿元,同比下降36.9%;自筹资金47212亿元,同比增长6.1%;定金及预收款56689亿元,同比增长25.6%;个人按揭贷款24124亿元,同比增长10.7%。

诸葛找房数据研究中心分析师陈霄指出,受今年累计成交规模不及去年同期影响,1-9月房地产开发企业到位资金增速再度收窄,其中定金及预收款增速收窄5.7个百分点,个人按揭贷款增速收窄2.7个百分点。9月利用外资降速为36.9%,虽较1-8月降幅缩小10.6个百分点,但房企在海外融资依然艰难。

就在不久前,贝壳研究院刚刚发布今年前三季度房企融资报告。2021年前三季度,房企境外发债折合人民币约2370亿元,同比下降35%,降幅约为境内债的3倍,规模占比整体规模约31%。

“房地产市场经历了疫情后的高峰,因为信贷收紧和需求透支,市场开始全面‘退烧’,部分城市甚至出现了断崖式下调。”在张大伟看来,2021年房地产市场依然有望刷新历史纪录,但三季度开始的“速冻”也导致市场拐点开始出现,四季度很可能出现大范围的价格战。

北京商报记者 卢杨 王寅浩

资本涌入宠物医疗

北京商报讯(记者 姚倩)宠物医疗市场受到资本追捧。10月18日,萌兽医馆宣布获得由经纬中国领投,沂景资本、58产业基金等跟投的B2轮融资,金额达数亿元。今年2月,萌兽医馆刚刚完成B轮融资。

萌兽医馆成立于2018年,隶属于启晨(天津)宠物医院管理有限公司,是一个提供宠物医疗服务的连锁品牌。2018年9月,萌兽医馆拿下红杉中国的投资。截至目前,萌兽医馆旗下超过40家宠物医院、4家转诊中心均为自营,以提供宠物门诊诊疗、免疫服务、手术及处置为主。

近年来,宠物医疗产业成为仅次于宠物食品的第二大核心产业。据多家调研机构数据,中国宠物医疗市场规模在2020年达到400亿元,预计2025年市场规模将达到近千亿元。宠物医疗已成为资本相继押注的赛道。自2016年起,高瓴资本陆续投资近20家企业,涵盖宠物医院、宠物健康及诊断等。

2018年,高瓴资本向宠物医疗集团瑞鹏注资,同时将旗下的宠医资产与其全面整合。5个月,双方组建的“新瑞鹏集团”成立。在新瑞鹏最新一轮融资中,投资方出现了腾讯、德国医药企业勃林格殷格翰以及碧桂园创投的身影。

除线下宠物医院外,互联网宠物医院也是布局的方向。今年10月,京东健康宠物医院正式上线。作为行业内首批互联网宠物医院,京东健康宠物医院建立覆盖专科专病中心、诊前咨询、诊后管理以及到院就诊检查等服务。

艾媒咨询CEO张毅告诉北京商报记者,整个宠物市场近几年蓬勃发展,资本进入这一市场主要通过整合并购,进行宠物医疗、宠物食品投资这两种方式来进行布局。资本虽然看好,但宠物医疗市场整体分

散,存在看病贵、标准不一等乱象是行业目前发展的痛点。

北京商报记者搜索发现,以宠物绝育为例,宠爱国际动物医院的吸入麻醉绝育套餐价为758元;芭比堂动物医院的吸入麻醉绝育套餐价为298元;萌兽医馆的吸入麻醉绝育套餐价为655元。

看病难也成为制约行业发展的又一痛点。猫传腹被视为猫界癌症,由于治疗费昂贵,部分养宠人因负担不起药费而弃养的案例不在少数。据养宠人小李自述,自家宠物从检查到打针连续花费了2万元,后通过靠谱药商买到药品后,自行在家进行注射。

连锁化被萌兽医馆视为解决方案。徐超称,宠物医院连锁化后则有利于行业统一标准并集中医疗资源。根据萌兽医馆的计划,B2轮融资主要用于持续快速拓展医院数量、完善数字化管理系统等。到今年底,萌兽医馆门店将达到80家。

然而,拓店也意味着成本的上升。宠信科技创始人吴玉启曾撰文提出,资本进入后,快速提高了行业的发展,大家都在竞相开店。同时带来的是管理成本增加、人员成本增加、房租成本增加、获客成本增加等。

为解决成本问题,提高客单价成为举措之一。“提高客单价,客户会变少。客户变少,再提高客单价,进入恶性循环。”吴玉启认为,宠物医院的竞争是服务体系理念的竞争,需练好内功。

职业投资人程宇在接受北京商报记者采访时表示,养宠物的人越来越多,宠物医疗市场越来越大,但这个行业目前没有什么规范,市场格局十分分散,是一个新兴市场。这就需要规范化的企业来提供标准的服务。“资本的进入可以有更多的资源去实现上述目标,当然,这要求资本自身是把业务质量放在首位,而不是短期利益。”