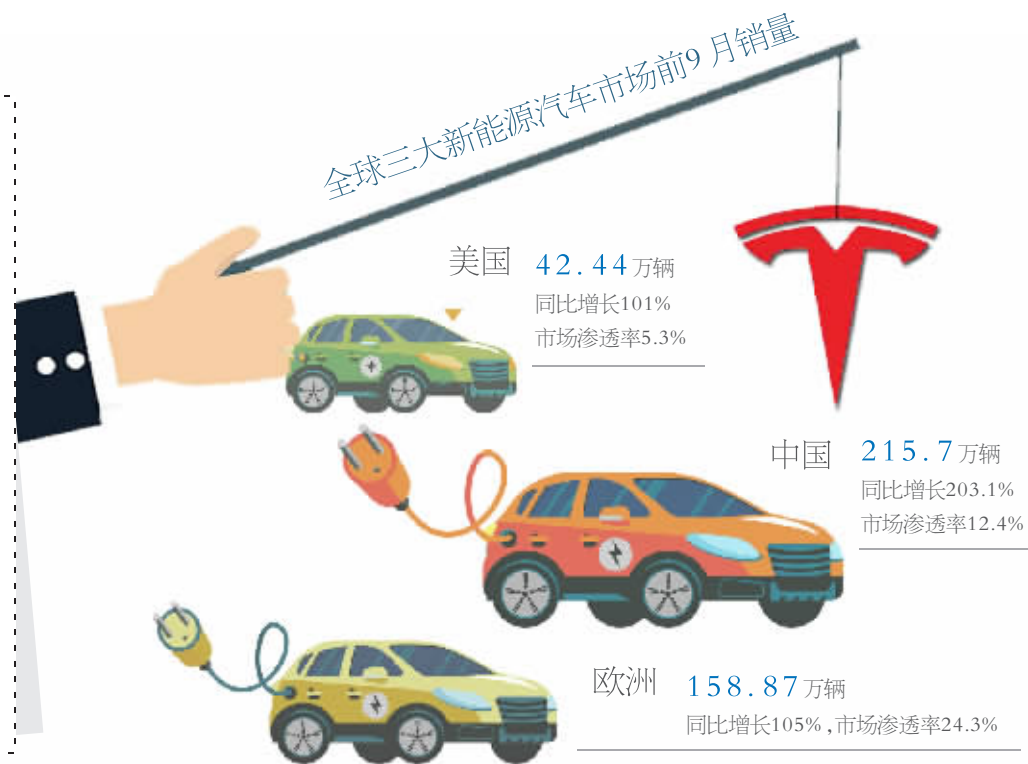
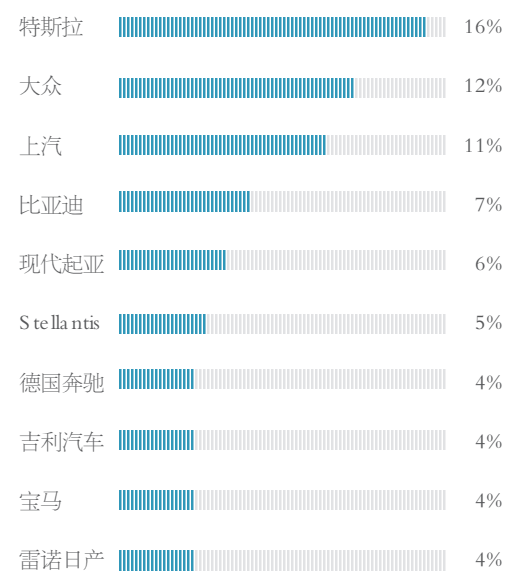


美国造车新势力内卷 谁是下一个特斯拉

从千人嫌到万人捧,从濒临退市到市值1.2万亿美元,特斯拉的翻身之路走得越来越顺,CEO翻手为云覆手为雨,叱咤全球汽车界。汽车技术革命箭在弦上,追特斯拉的人也越来越多,造车新势力和老牌巨头争先恐后,在电动汽车领域铆足了劲,想着复刻特斯拉的成功,甚至成为“特斯拉”。



各大车企2021年预计新能源市场份额占比(前十)



交付1000万辆纯电动汽车。同一年,梅赛德斯-奔驰则打算“在市场条件允许的情况下”100%实现纯电动化。

大众更是拿出了壮士断腕的决心,其CEO赫伯特·迪斯近期曾表示:“如果燃油汽车向电动汽车过渡太慢,公司可能考虑裁减至多3万个工作岗位,以在转型的过程中提高竞争力和削减成本。”马斯克应迪斯的邀请,通过视频电话向约200名大众汽车高管“授课”。

如果说Rivian和Lucid是未来的潜在威胁,那么这些传统巨头已经开始对特斯拉的王座发起冲击了。今年7月,在全球电动汽车市场,比亚迪以销量4.7万辆夺冠,特斯拉则为3.5万辆,摘得亚军,大众、宝马分列4、5名。

虽然特斯拉的销量屡创新高,但市场份额似乎并未水涨船高,在美国市场,根据Experian数据,2021年上半年,特斯拉在美国新注册的电动车中比例为66.3%,而这一数字在去年同期还是79.5%。

中国汽车流通协会专家委员会成员颜景辉指出,从品牌力来说,目前全球新能源纯电动车市场,特斯拉还是处于领军地位,有品牌力、产品线的支撑。但这种品牌力也不是一蹴而就的,而是经过了很多年的积累,一方面有口碑的传播,另一方面,与其市场定位紧密相关;另外,也更注重体现智能化,科技内涵更高,同时服务和营销独出心裁,打开了新能源汽车行业的创新局面。

“当然,特斯拉在发展中遇到了一些问题,有一定的往下滑的趋势,这些是品牌在发展过程中或多或少会遇到的问题,但整体还是处于优势地位。”颜景辉表示。

更可怕的是,不少车企还在加速。以刚开始交付的Lucid为例,Lucid首席执行官Peter Rawlins表示,下一个挑战是增加工厂产出,以提升销售,Lucid计划在2021年底前生产约575辆电动车,2022年产量将提升至2万辆。不仅如此,Rivian近日也透露将在美国兴建第二座组装厂的计划,以便扩大产能。

在颜景辉看来,其实一些传统车企在新能源汽车研发上也做出了相当大的贡献,包括跨国巨头、本土车企在新能源技术上的投入。在新能源车市场,各有各的发展路径和市场定位,总体来说,车企互相促进、互相提升,新能源汽车产业发展是大势所趋。

北京商报记者 汤艺甜

Rivian估值546亿美元

作为一家背靠大树的电动汽车初创企业,Rivian被认为是特斯拉接班者的有力候选人之一。眼下,Rivian即将迈出发展历程中里程碑式的一步——上市。

下周,Rivian将在美国纳斯达克证券市场开始交易,代码为RIVN。当地时间周一,Rivian提交了修订后的招股说明书。根据招股书,Rivian在首次公开募股(IPO)中,将以每股57美元到62美元的价格出售1.35亿股股票,融资规模在77亿-83.7亿美元之间,摩根士丹利、高盛和摩根大通是该公司上市的主承销商。

最高接近84亿美元的融资,将使Rivian的上市成为美国过去十年融资规模第三大的IPO。根据数据处理公司Dealogic的信息,自2011年以来,只有三家公司通过上市融资超过80亿美元。阿里巴巴在2014年上市时筹集了创纪录的250亿美元,现已更名为Meta的Facebook在2012年上市时筹集了160亿美元,而Uber在2019年筹集了81亿美元。

而根据Rivian的目标,在此次IPO中,该公司将实现最高546亿美元的市场估值,这几乎与传统汽车制造巨头本田目前的市值不相上下。

Rivian原名为Mainstream Motors,创

立于2009年,在美国主要生产电动卡车和SUV车型,就在第二年,特斯拉登陆纳斯达克,成为第一家在美国上市的纯电动汽车独立制造商。之后2011年,Rivian也将研发重心放在电动汽车上,并正式更名为Rivian。

虽然起步比特斯拉晚,但Rivian的来头也不小。2018年至今,Rivian至少完成了8轮融资,融资总额超过105亿美元。其中,亚马逊和福特的身影格外显眼,招股书显示,IPO前,亚马逊持股20.2%,福特持股13%。

不仅如此,早在2019年,亚马逊就向Rivian下了订单,生产10万辆电动货车作送货用途。

特斯拉劲敌

在Rivian之前,另一家电动汽车初创公司步子更快。7月26日,Lucid通过SPAC交易在纳斯达克完成上市,当天股价即上涨了11%,收于26.83美元,总市值超400亿美元。在该公司背后,则有沙特主权财富基金的背影。

就在10月中旬,特斯拉CEO马斯克还曾讽刺Rivian和Lucid,发布推文称:“有没有可能创办一家电动汽车公司,在未交付任何汽车的情况下估值低于10亿美元?时代真是越来越奇怪了”。据了解,特斯拉2010年上市时,估值为17亿美元,已经交付了1400辆新能源汽车。

不过现在,马斯克可能不能再这样吐槽了,因为Rivian与Lucid已经于近日将首批电动车交付到客户手中,这似乎意味着二者在复制特斯拉模式的路上又迈出了重要一步。

就在几天前,Lucid旗下首款车型Lucid Air在美国加利福尼亚正式交付,首批交付的Dream Edition版本共520辆,该车型于9月28日在亚利桑那州卡萨格兰德开始生产,彼时已经收获超过13000个订单。

Lucid瞄准的是高端电动汽车市场,而这一领域正好与特斯拉有重合。根据Lucid此前公布的消息,Lucid Air售价为77400美元起,豪华版售价169000美元,在扣除7500美元联邦税收补贴之后,入门级的Air售价为69900美元,零百加速性能版加速成绩能达到2.5秒,单次充电最远可行驶520英里(EPA认证续航里程),是美国市场上销售的电动汽车中续航最长的车型。

至于Rivian,主力是电动卡车和SUV车型,特斯拉也开始在这两个领域发力。日前,该公司的高端纯电动皮卡Rivian R1T已交付给客户,从9月下线到正式交付,其进度已快于特斯拉的电动皮卡Cybertruck和福特的F-150 Lightning。截至9月,Rivian R1T电动皮卡和R1S电动SUV在美国和加拿大市场的预订量约为48390辆。

叫板SpaceX 亚马逊明年发卫星

比起之前一直与SpaceX打口水战,亚马逊的卫星项目有了新进展。当地时间周一,亚马逊旗下卫星子公司Kuiper Systems证实,将在2022年年底发射两颗原型卫星,这是其计划投资100亿美元在低地轨道上打造太空互联网计划的首次尝试。

当天,亚马逊向美国联邦通信委员会(FCC)提交了一项请求,要求发射和运营其前两颗原型卫星,即KuiperSat-1和KuiperSat-2。亚马逊表示,这些卫星将在其RS1火箭上与ABL Space一起发射。

在发射两颗计划中的原型卫星后,亚马逊将从卫星总线和有效载荷组件收集性能、诊断和遥测数据,并从其地面站天线(包括客户终端、网关和测控地面站)收集数据。

亚马逊表示:“KuiperSat-1和KuiperSat-2将包括许多技术和子系统,为我们卫星设计的生产版本提供动力,相控阵和抛物面天线、动力和推进系统、定制设计的调制解调器等等。”根据亚马逊提交的文件,这些卫星预计将连接得克萨斯州天线长达四分钟,每天最多五次。

亚马逊的卫星项目名为“Project Kuiper”,去年获得美国联邦通信委员会的批准,该计划将在低地球轨道上建立一个由3236颗卫星组成的网络,为全球各地提供高速互联网,该项目一旦在轨道上拥有578颗卫星,Project Kuiper的早期服务将开始。

项目推进的同时,Project Kuiper的团队也在发展,目前有超过750人,预计明年还将招聘数百人。亚马逊在华盛顿州雷德蒙德

建造了一个219000平方英尺的设施来测试和制造卫星,并计划再增加一个20000平方英尺的设施。

亚马逊之所以如此重视Project Kuiper,是因为这将是亚马逊卫星商业化的重要垫脚石,该公司的目标是向消费者推广太空宽带互联网。根据Allied Market Research的数据,到2030年,该市场将产生高达186亿美元的收入。

亚马逊上周还宣布与美国电信运营商Verizon进行合作,Verizon将使用Project Kuiper卫星网络为农村和偏远地区提供宽带互联网服务。

但这对亚马逊来说并不容易。目前,该市场被埃隆·马斯克旗下SpaceX的星链所占领。与SpaceX相比,亚马逊的行动晚了近四年。SpaceX于2018年2月为星链系统发射了两颗测试卫星,并于2019年5月发射了首批60颗量产卫星。2020年10月,SpaceX开始对星链互联网进行公开测试,该服务日前刚刚退出测试程序。目前,SpaceX的星链互联网已经在许多地区运行,包括欧洲和南美。

如果亚马逊遵循类似的时间表,其首批量产卫星将在2023年末或2024年初发射,并将于2025年投入实际使用。

北京九天微星科技发展有限公司战略总监董路表示,相比SpaceX公司的星链计划,亚马逊的Kuiper项目确实显得进度要落后很多。不仅在星座建设方面,火箭研制领域更是如此。

事实上,亚马逊与SpaceX一直在“互

怼”。上个月,亚马逊就曾向FCC提出申请,要求拒绝SpaceX星链卫星的发射请求。

在那之前,SpaceX向FCC提出了调整提案的申请,要求FCC批准其部署未来卫星的两项计划。亚马逊声称,SpaceX提交了“两种相互排斥的配置”计划,并提出了“非常不同的轨道参数”,这没有先例。此外,文件还概述了SpaceX对星链卫星的修改请求违反了FCC规则。

而SpaceX回击道:“亚马逊引用的FCC规则并没有明确禁止SpaceX的方法,亚马逊对SpaceX应用的资源缺乏分析,且亚马逊经常将多达6名说客和律师带到其与委员会就SpaceX举行的许多会议中。”SpaceX认为,亚马逊只是想阻碍星链计划。

对于亚马逊的卫星项目计划以及同SpaceX的竞争,北京商报记者联系了亚马逊和Kuiper Systems,但截至发稿还未收到回复。

值得注意的是,除了SpaceX,其他竞争者的卫星网络计划也正处于不同的发展阶段,包括英国政府投资的OneWeb、贝莱德支持的Astranis、洛克希德马丁公司与初创公司OmniSpace的合作,以及加拿大卫星运营商Telesat的Lightspeed项目。

不过,亚马逊并非完全没有机会。董路进一步分析道,针对卫星互联网这样的开创性和长周期项目,现在下任何结论都为时尚过早,亚马逊在AWS(包括全球地面站点和数据中心)还保有其突出优势,这些也都是未来行业落地的必备要素。

北京商报记者 陶凤 赵天舒

· 图片新闻 ·

泰国开放外国游客“免隔离”入境



11月1日,工作人员在泰国曼谷素万那普国际机场候旅客。新华社/图

11月1日,泰国正式迎来逾一年半以来首批“免隔离”入境泰国的外国游客。这些游客全都完成了新冠疫苗接种,并来自新冠疫情低风险国家和地区。

据法新社报道,在曼谷素万那普机场和普吉岛机场,身着防护服的工作人员当天清晨开始为入境游客办理相关手续。

泰国现阶段已准许60多个低风险国家和地区完成疫苗接种的游客免隔离入境。据泰国政府先前发布的免隔离入境实施方案,免隔离游客须在泰国认定的低风险国家和地区连续居住21天以上;须预订一晚隔离酒店,等待抵达后的核酸检测结果,为阴性方可在泰国自由旅行。未完成疫

苗接种的游客仍须在泰国政府指定酒店接受为期10天的隔离。

泰国开泰研究中心预计,免隔离入境措施实施后,今年全年来泰游客人数将从此前预估的15万人次增至约18万人次,为泰国带来不少于135亿泰铢(约合26亿元人民币)的收入。泰国商会预计,在今年余下的2个月时间里,泰国每月可望接待30万人次国际游客。

为恢复国际旅游,泰国曼谷等地从当天起松绑部分防疫措施,包括取消宵禁、允许餐厅提供酒水饮料等,但娱乐场所、洗浴按摩中心等仍禁止营业。此外,未经许可,禁止举办超过1000人的活动。

北京商报综合报道