

# 小鹏们的“单飞”梦

两年多的等待,小鹏如愿,“准生证”到手。5月19日,小鹏汽车宣布,自建工厂获得生产资质,小鹏P7扫清自产障碍。实际上,小鹏汽车的“求人不如求己”只是造车新势力的缩影。高昂的代工费用、概念与实操的鸿沟……代工始终不是长久之计。虽然没有传统车企的生产经验,但后浪汹涌,造车新势力终究会在自建工厂这条路上前赴后继。

## 资质落地

5月19日,工信部发布第332批《道路机动车辆生产企业及产品公告》,小鹏汽车作为被许可的整车生产企业在该批公告中予以发布。这意味着,小鹏汽车的自建工厂生产资质已经敲定。

事实上,此前小鹏汽车的生产资质来源于传统车企。今年2月,小鹏汽车成立肇庆小鹏新能源投资有限公司。一个月后,肇庆小鹏新能源投资有限公司收购广东福迪汽车有限公司(以下简称“福迪汽车”)。福迪汽车拥有10万辆整车产能,生产皮卡、SUV等整车产品,包括3款车型。

为了这张生产资质,小鹏汽车已等待两年多。小鹏汽车的自建工厂位于广东肇庆,拥有4种不同车型总装柔性生产线及1条柔性电池合装线。2017年12月,小鹏汽车肇庆工厂完成奠基仪式。2019年9月,肇庆工厂各生产车间完成全面封顶,此后进行预生产进行设备调试。

获得生产资质前,小鹏汽车首款车型G3一直由海马汽车郑州工厂代工。2019年12月,工信部发布第327批新车公告,小鹏汽车第二款车型P7位列其中,且该车背后的企业名称仍为海马汽车。今年2月,海马汽车董秘在回复投资者提问时依然表示,“公司生产产品包括小鹏P7”。

对于此次获得生产资质,小鹏汽车方面

表示,小鹏P7将在自建工厂自主生产,并如期交付,目前已通过小鹏P7工程试制车的小批量试生产,已经跑通并验证整个生产流程,但并未提及与海马汽车的合作事宜。

针对未来小鹏汽车是否仍会与海马汽车保持代工合作,北京商报记者联系小鹏汽车相关负责人,但截至发稿未获得回复。

## 模式之争

从由海马汽车代工G3到自建工厂投产P7,小鹏汽车的经历,延续着国内造车新势力的两大发展模式。在国内造车新势力头部企业中,威马、理想均采用自建工厂生产模式,蔚来汽车则通过与江淮汽车合作,采用代工生产模式。

关于两种模式孰优孰劣的争论由来已久。对于造车新势力而言,代工模式能节省一大笔自建工厂投入,也有利于量产车尽快上市。此前,蔚来汽车和小鹏汽车通过代工模式,均在2018年便实现量产交付。

“最初不少造车新势力汽车都选择轻资产代工路线。”汽车行业专家颜景辉表示,相比传统车企,造车新势力企业经验不足,尚无基地,初入市场时更多流动资金要保证研发,同时在代工过程中也能积累传统车企造车经验,成熟的生产线能保证更快推出车型。

然而,代工模式的缺点也很明显。“没有一款好的车,是代工出来的。”威马汽车创始人沈晖直言,车是复杂的智能硬件,代工的实



操与理论差别太大,代工可能会产生各种各样的问题,代工造出来的车也很难让人安心。

此外,选择代工模式的造车新势力还需支付大量额外费用。据了解,在与江淮汽车合作时,蔚来要负担相关员工的开支,摊平江淮汽车运营成本,支付相应代工费。一旦工厂出现运营损失,蔚来也需要承担一定责任。数据显示,仅2019年,蔚来汽车便向江淮汽车支付超过2亿元补偿金。

在汽车行业分析师张翔看来,代工模式的好处更多体现在公司发展初期,随着销量逐渐增加,产能需求日益提高,造车新势力必须要有自己的工厂。“通过代工模式小批量生产时,如果车辆出现一些质量问题,尚可以通

过一些简单的措施予以改进。但产量明显增加之后,对生产线自动化程度的要求将大幅提高,生产线必须与车辆的结构和工艺严密契合。出于质量效率方面的考虑,此时造车新势力需要自己新建生产线。”他说。

## 自产不易

在业内人士看来,作为国内头部造车新势力之一,小鹏汽车转向自建工厂模式,会成为风向标之一。未来,可能将有更多造车新势力放弃代工模式,选择效仿小鹏汽车。

尽管自建工厂模式有望获得更多造车新势力青睐,但获取生产资质并非易事。按照正

常流程,新能源汽车项目既要通过国家发改委的审批,也要登上工信部的企业公告,才算获得生产资质。

然而,2018年以来,只有康迪、国新和森源3家企业的新建新能源汽车项目通过国家发改委的审批。截至目前,全国范围内也只有北汽新能源等18家车企获得国家发改委和工信部的“双认证”。

由于没有获得生产资质,虽然一些造车新势力已经建好工厂,但却无法生产。2017年4月,游侠汽车首个生产基地落户湖州,该基地总投资高达115亿元,建成后产能可达20万辆。如今,三年多时间已经过去,游侠汽车的量产车仍未走向市场。

为解决该问题,也有不少造车新势力选择收购一家“壳”车企,以此来间接获得“准生证”,但价格不菲。2018年12月,力帆股份以6.5亿元的价格转让旗下力帆汽车100%股权,受让方为理想汽车;2018年9月,拜腾以1亿元的价格收购了一汽华利100%股权,但要负担后者高达8亿元的债务,并支付5462万元的员工薪酬。

对于那些不想斥巨资“购买”生产资质的造车新势力,等待国家政策的调整或许是个不错的选择。今年4月,工信部组织起草《关于修改〈新能源汽车生产企业及产品准入管理规定〉的决定(征求意见稿)》。征求意见稿进一步放宽新能源汽车生产企业及产品准入门槛,包括删除申请新能源汽车生产企业准入有关“设计开发能力”的要求,这对于正在申请生产资质的造车新势力而言,无疑是一个积极信号。

不过,需要注意的是,虽然征求意见稿降低了新能源汽车行业准入门槛,但这仅是工信部层面的标准,国家发改委发布的《汽车产业投资管理规定》仍对想入局新能源汽车行业的企业提出了较高要求。

北京商报记者 刘洋 濮振宇

# 180亿重仓北京分钟寺 合生创展重启扩张

朱孟依卸任100余天后,他的接班人、女儿朱桔榕带领跨过疫情的合生创展,选择在北京重新开启扩张之路。5月19日下午,北京成功出让三宗宅地,其中,位于丰台区分钟寺的L-39、L-41两地块,均被合生创展收入囊中,加之10天前收入的L-24、L-26地块,合生创展10天内在京豪掷180亿元补充土储,这相当于该公司2019年全年的销售业绩。

## 10天,25万平方米,180亿

5月19日下午,北京集中出让三宗地块,其中分钟寺两宗不限价地块的归属备受关注。10天前,分钟寺的L-24、L-26地块一起出让,被合生创展以72.2亿元竞得,溢价率达到了26.2%。彼时市场就有各种猜测传出,或言合生将一鼓作气完成“三连”实现整体开发,或言合生未必能承受三宗地块的集中投资要与“分食”。

相较于10天前的分钟寺土拍,5月19日的出让更为激烈,先是56轮竞价,合生创展以42亿元竞得分钟寺L-39地块,溢价率42.08%,楼面价76168元/平方米,溢价率和楼面价均创造了北京年内新高;后又经过82轮的激烈角逐,合生创展以65.4亿元竞得分钟寺L-41地块,溢价率37.86%,楼面价73912元/平方米。

来自北京市规自委的信息显示,5月19日成交的分钟寺两宗地块,均为不限价居住用地。加上10天前,合生创展以72.2亿元拿下的L-24、L-26地块,合生创展10天内用180亿元的代价,让自己在京可售面积陡增超过25万平方米,成为名副其实的三环地主。

溢价率代表着市场的热度,不限价、三环绝版两大条件早已经为分钟寺地块的定价做了加持。

北京商报记者梳理发现,前后三次土拍,共吸引包括合生、融创、中海在内的28家房企及联合体参与竞拍,虽然参与企业前后有所重叠,但仍可以说明区域价值在业内被高度认可。

在合硕地产首席分析师郭毅看来,从规划用地安排来看,也为合生创展未来10万+提供了支撑。“城中村”改造的分钟寺目前属于住宅

先行阶段,合生创展的“包圆”举措也可以看出其对于此区域价值的认可。7万+的楼面价确实处于市场相对较高的水平,但如果区域未来有商业配套支撑,又是三环这样稀缺的地理位置,再加上地块本身极强的产品可塑性,以上种种均是合生高价拿地的底气。

贝壳研究院高级分析师潘浩认为,分钟寺区域为三环边少有的价值洼地,虽然当前居住氛围较弱,但便利的交通条件以及真空竞争环境为其带来较好的发展机遇,三宗相邻地块集中成交,未来或将形成新的中高端居住板块。

## 三大因素重启扩张

就地理位置来看,分钟寺地块位于东南三环到四环之间,距南三环直线距离不足1000米,距离京沪高速不足700米,距离地铁10号线分钟寺站700米左右,离国贸4站地,学校和医院配套也尚属完善。

更重要的是,让适应了慢节奏的合生创展下定决心一口气拿出近200亿元在京拿地,是与分钟寺一级开发商有密切的关系。

公开信息显示,2018年,分钟寺村列入北京市棚户区改造及环境整治计划。天眼查显示,分钟寺棚户项目背后的一级开发单位是北京嘉富龙房地产开发有限公司,其最大股东是北京珠江房地产开发有限公司,持股比例62.14%;二股东是珠江人寿保险股份有限公司,持股35.83%。

1992年,朱孟依在香港成立合生创展,由于境外投资者不能在内地开发房地产的政策,第二年其在广州创办了珠江投资。而珠江投资与合生创展两家公司,被称为老掌门人朱孟依在地产行业中的“左手右手”,二者合称为“珠江合生系”。

除此之外,朱桔榕的“新官上任三把火”也被看作是此番入市的一大原因。

今年初合生创展集团发布公告,朱孟依辞任公司董事会主席及执行董事职务,其女朱桔榕获任董事会主席。彼时就有分析称,朱家二代掌门人的领导风格更加进取,合生创展正在改变以往大盘固盘式的开发模式。届时人们会在越来

越多的土地竞拍现场见到久违的合生创展身影。

“未来一两年内北京新房市场,尤其是南城的价格也会在不限价产品的影响下有一定提升。”58安居客房产研究院北部院总监李震则表示,2020年以来,北京土拍市场不再是限竞房一家独大,纯商品房、共有产权房等多点开花,尤其是不限价用地的增多与房企的追捧,可以看出市场高端居住需求开始抬头。

## 失去的十年

然而,对于合生创展来说,拿地仅仅是重启扩张之路的第一步。

2004年合生创展成为首个迈过百亿元销售门槛的房企,但此后,其销售额始终徘徊在百亿元上下,昔日的“华南五虎”之首,被恒大、万科、碧桂园在规模上远远甩在身后。直到2019年,合生创展才终于跨入200亿元门槛,至2125.8亿元。换句话说,近期在京拿地的总额已经逼近该公司去年全部销售业绩。2018年合生销售额同比增长61.69%,但也仅达到149.75亿元。

与其他“高周转”房企不同,受“慢周转、高溢价”战略影响,合生创展错失了规模增长的机会。在郭毅看来,此次合生创展180亿元重仓丰台分钟寺,也可以看作是“破题慢周转”的举措,毕竟在上次拿地时就已经有所表现。

据了解,在拿下上一宗分钟寺地块的第二天,合生创展便发布了招聘公告,涉及岗位包括设计经理、营销副总、生产副总经理、项目经理、策划经理以及销售经理等,此举在业内人士看来,意味着合生创展开始对项目的入市时间有了更严格的要求。

郭毅称,合生创展拿地之后迅速着手营销团队,在一定程度上也可以说明其开始进一步去加速项目的周转率,从北京最近几年小板块集中供地来看,早开盘才能抢先聚拢区域需求,打开市场局面。

针对拿地后的计划,北京商报记者致电合生创展,但截至发稿未接通电话。

北京商报记者 卢扬 王寅浩

# 一加回应滤镜透视:暂时停用 也对恶意舆论维权

北京商报讯(记者 石飞月)5月19日,

针对网友反映旗下手机摄像头可能侵犯隐私、被用于不法用途一事,一加发文回应称,对此争议事件在社交网络上引发的担忧致歉,并承诺在一周时间内通过软件升级的方式禁止用户使用相关功能。

近日,网上有许多关于一加“秋意”滤镜摄像头具有透视能力的讨论。这一所谓的“透视”功能主要是由于一加8Pro后摄模组对红外光线较为敏感,拍摄完照片并使用滤镜进行修改即可让某些被摄物体的材料变得“透明”。经过确认,这项功能对塑料/织物打造的物品有效。

对此,一加手机表示,在规划一加8Pro的滤光镜头时,希望利用这个镜头感知红外光的特性,提供给用户一种独特质感的摄影风格效果。但近期,根据用户的反馈,发现在非常特定的环境条件下,滤光镜头在非常近距离时对特殊的材质可能会出现轻微的透视效果。

为了消除消费者的担忧,一加决定通过软件升级暂时禁用该滤镜功能,在一周之内完成推送,之后,一加会在杜绝以上问题后重新上线这个滤镜功能。目前在微博上有很多关于这个镜头透视能力的描述是不符合事实的,针对微博上不实的图片、恶意舆论引导及对一加用户们人身攻击行为,我们也会拿起法律的武器为我们的品牌和用户维权。”

在一加正式回应后,有网友表示理解:“红外摄像头嘛,都几十年的老技术了,应用已经非常普遍了,几乎所有公共区域监控摄像头都是红外的。每年全球都有红外摄影赛事,已经是很成熟的一个摄影领域了。”

但也有网友称:“技术无罪,但是手机如此便携隐蔽的设备加上这样的功能,难以避免一部分人想去做一些极端的事,厂商可以对此功能作出一些改进再上架,这

## 透视

这一“透视”功能主要是由于一加8Pro后摄模组对红外光线较为敏感,拍摄完照片并使用滤镜进行修改即可让某些被摄物体的材料变得“透明”。

一加是为数不多在海外市场发展顺利的国产手机品牌,因为当大家在国内打得激烈的时候,一加早就开始谋划在海外的市场布局了。产业观察家洪仕斌表示,虽然一加手机很小众,但并不影响其品质,相反一加的系统更受到国外消费者们青睐。

近期,数据统计公司CounterPoint公布了2020年Q1美国智能手机市场的统计报告。报告显示,受疫情影响,美国各大厂商的销量相比去年均有下滑,而一加则是唯一一个逆势上涨的厂商,其产品销量相比去年增长了2%。

近两年来,一加也持续在国内市场发力,在京东商城,5月前半个月,一加8系列的月销量就超过12万部,在搭载骁龙865的机型中,销量仅次于小米10系列。可以说,为了维护消费者的忠诚度,一加在手机功能设置上更加谨慎也是应当的。