

马斯克“舍命”卖车 特斯拉持续盈利

中国市场挑大梁

数据显示,今年二季度,特斯拉营收60.4亿美元,而今年三季度特斯拉营收近90亿美元,同比增幅近四成。特斯拉将此归因于汽车交付量的大幅增长,今年二季度,特斯拉汽车业务营收51.79亿美元,三季度营收达76亿美元,约占总收入的91%。

事实上,汽车业务增长的背后是特斯拉不断提升的全球交付量。数据显示,今年三季度,特斯拉总产量达14.5万辆,同比增长51%;总交付量为13.9万辆,同比增加44%。其中,Model 3和Model Y车型占三季度交付量的89%,达12.41万辆;Model S和Model X车型交付量仅占11%。

特斯拉全球交付量的增长,中国市场功不可没。汽车数据供应商JATO发布的报告显示,受疫情影响,特斯拉美国加州弗里蒙特工厂面临生产挑战,特斯拉向欧洲市场延迟发货,今年7月,特斯拉在欧洲市场新车注册量仅为1050辆,同比大跌76%。在欧洲市场销量下滑情况下,今年三季度特斯拉在华销量达3.4万辆,月均销量超万辆,占其全球总销量的1/4。汽车行业专家颜景辉表示,今年特斯拉Model 3国产后,特斯拉在华销量明显增长,中国也逐渐成为支撑特斯拉全球交付量的主要国家之一。

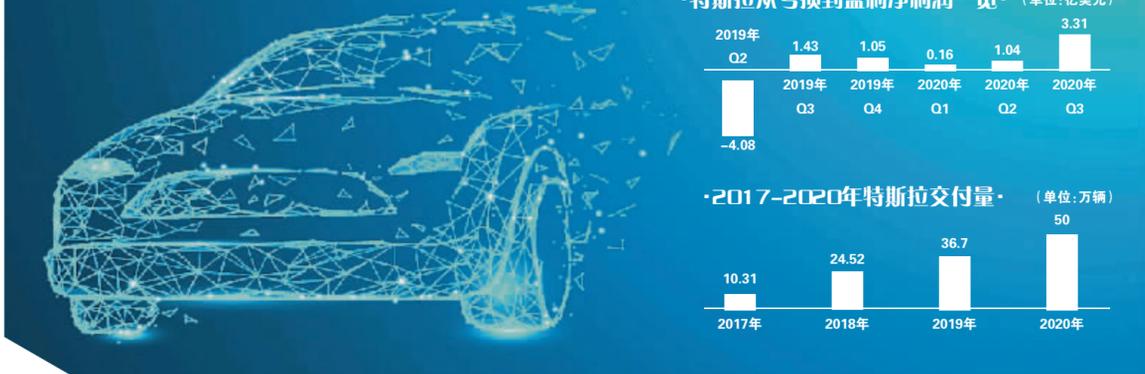
此外,除汽车业务支撑特斯拉收入,今年三季度特斯拉太阳能和存储业务也明显改善。财报显示,今年三季度特斯拉能源发电和存储营收5.79亿美元,同比增长44%。特斯拉方面表示,能源储存在本季度达到创纪录的759兆瓦时,在Powerwall需求依然强劲情况下,其大型电池的百万包产量正在增长。特斯拉相关负责人表示:“我们相信能源业务最终将和我们的汽车业务一样庞大。”

连续5个季度盈利

在营收增长的同时,今年三季度特斯拉也再次实现盈利。财报显示,今年三季度,特

连续5个季度盈利,特斯拉终于走出了“何时能盈利”的质疑。10月22日,特斯拉发布财报显示,今年三季度,特斯拉归属特斯拉普通股股东净利润为3.31亿美元,同比增长131%。

十年,特斯拉成功“上岸”。尽管三季度13万辆的交付量已是特斯拉史上最高,但特斯拉CEO埃隆·马斯克依旧认为四季度还有奇迹。不过,特斯拉削减成本、频频降价,已经让中国消费者产生了观望情绪,马斯克的急迫也愈加清晰。



斯拉归属于普通股股东的净利润为3.31亿美元,同比增长131%,实现连续5个季度盈利。

盈利持续转正,离不开特斯拉不断提升的毛利润和毛利率。财报显示,今年三季度,特斯拉总毛利润为20.63亿美元,同比增长73%;总毛利率为23.5%,同比增长4.6%。其中,汽车业务毛利率为27.7%,高于二季度的25.4%和市场预期的25.4%。

乘用车市场信息联席会秘书长崔东树表示,作为初创企业,特斯拉在发展前期,技术研发、工厂建设、人才引进都需要大量投资,前期由于交付量小很难平衡前期投入,因此难免亏损。随着特斯拉全球交付量逐渐迈过10万、20万、30万辆关口,运营效率提升拥有更高的固定成本吸收率,特斯拉车型制造和材料成本的降低,提升车辆的毛利率让其能够实现卖车挣钱。”他表示。

此外,上海超级工厂的落成投产,也让特斯拉拥有降低提升单车利润的筹码。北京商报记者了解到,特斯拉上海工厂Model 3生产线可降低高达65%的生产成本。相比美版车型,

国产特斯拉Model 3车型生产成本降低20%-28%,毛利率远高于美版车型20%的毛利率。马斯克表示,上海工厂规模很大,产能正在不断提升。此前,零部件只能从全球其他地方运到上海,现在本地采购比例约为40%,年底可达80%甚至更高。这意味着,上海超级工厂投产成为特斯拉连续盈利中重要的一环。

值得注意的是,今年10月,特斯拉上海超级工厂也启动欧洲出口业务。在业内人士看来,这正是由于中国制造的车型拥有更高的单车利润,因此马斯克一改此前对上海超级工厂仅供中国市场的计划,向海外出口谋求销量提升。

不仅生产成本下降,区别于传统车企,特斯拉在销售端也一直采用直营模式,建立了一套完整的线上销售闭环体系,在人员管理和运作上进一步降低成本。业内人士表示,采用新零售模式,价格更加透明。

“激进”的目标

在营收、净利双增的情况下,特斯拉在财

报中再次确认50万辆年销量目标不变。今年9月,马斯克曾表示,与去年相比,今年新车交付量可能会增长30%-40%,对于年销目标信心十足。

不过,北京商报记者发现,今年前三季度,特斯拉共交付新车31.8万辆。这意味着,若要完成年内50万辆交付目标,特斯拉将要在四季度补齐18万辆的交付量缺口,相当于在三季度交付基础上再提升4万辆左右。不过,今年三季度13万辆的交付量,已是目前特斯拉史上最高交付量,再提升4万辆难度不小。

对此,特斯拉方面表示,尽管困难,但仍继续维持今年交付50万辆新车的目标。实现该目标主要取决于Model Y车型和上海工厂产能的逐季增长,以及物流和交货效率的进一步提高。为备战四季度,目前特斯拉上海超级工厂Model 3的产能已增长至每年25万辆;美国加州弗里蒙特工厂产能增加至每年59万辆,其中Model 3和Model Y的产能均为每年50万辆。

除备战产能外,今年10月1日,特斯拉中国再度宣布,国产Model 3标准续航升级版补贴后售价下调至24.99万元、国产Model 3长续航后轮驱动版补贴后售价下调至30.99万元。对比今年5月1日调整后的售价,本次降价的两款车型分别下降2.165万元和3.415万元,降幅分别接近8%和10%。

不仅国产Model 3车型,近日Model S长续航版和高性能版的价格也均下调2.3万元。降价后,特斯拉取消“信心保障”计划,不再提供7天无理由退车服务。特斯拉降低价格,一方面是因为国产化率提升留出降价空间,另一方面希望以更低的价格吸引更多用户。”崔东树表示。

不过,特斯拉的急迫心理却让不少中国消费者产生观望情绪。据统计,今年国产特斯拉Model 3标准续航版累计降价已超过8万元,降幅超过25%。在业内人士看来,受疫情影响,海外市场还存在诸多不确定因素,因此想要进一步提升在华交付量将成为关键,不过频繁调价并调整政策会让一部分中国消费者在短时间内产生观望情绪,或将影响其四季度的目标。

在为今年四季度做打算的同时,特斯拉也在为明年提早布局。特斯拉方面表示,目前正在上海、柏林和得克萨斯州工厂建设Model Y产能,依旧维持在明年从这些工厂交付该车型的计划。同时特斯拉Semi的交付也会在明年开始。

此外,马斯克表示,有望在今年底全面推出自动驾驶功能。而未来数年,特斯拉的电池生产成本将只有现在的一半,资本开支也将缩减1/3。颜景辉表示,特斯拉的“野心”远不止50万辆,从目前成绩来看,其明年销量目标会再次提升,为此特斯拉在新车型方面提早布局,同时也开始针对电池成本作出规划。

针对明年在华具体计划和销量规划,北京商报记者联系特斯拉相关负责人,但截至发稿,并未得到回复。北京商报记者了解到,受财报和产能预期的带动,10月22日特斯拉股价一度涨超4%。

北京商报记者 刘洋 刘晓梦

快手IPO渐近

一而再,再而三,仅在10月22日,有关快手上市的传闻就出现了多个版本:最快今年11月挂牌,明年一季度港交所IPO……无论如何,2011年就已经成立的快手,距离自己最大的资本盛宴越来越近了。其实当下的快手一直在加速商业化变现,也许现在就是快手逐鹿资本局的最佳时间窗口。

只是早晚问题

“快手将最快于11月在香港完成IPO。”这是10月22日上午曝光的消息。但到了晚上,传闻变成了“快手确定赴港上市,并已经确定了美银以及摩根士丹利为保荐人。对于上市的时间,快手公司上市团队的目标是赶在2021年一季度挂牌,但是具体的时间暂不清楚”。

对于以上消息的真伪,快手公关部人士未向北京商报记者回应。如计划属实,在宽泛意义上,快手争夺国内短视频第一股,走出了抢先一步。

上述两个版本,只是快手近期上市传闻之一。9月下旬的消息不仅指出:“快手正在寻求港交所上市”,还透露了“快手估值约500亿美元”。

针对快手被曝的上市时间点,文渊智库创始人王超告诉北京商报记者:“我觉得快手业务已经比较成熟了,但11月上市太仓促了,明年一季度这个时间更靠谱”。

得出这个结论的前提是,多位业内人士都认为,快手赴港上市大概率不假,只是看具体是哪个月,因为从快手融资的时间看,该到投资人退出的时候了。

快手的前身是GIF快手,诞生于2011年3月,于2012年11月从图片工具应用转型为短

视频社区,是国内较早的一批短视频平台。

从佛系变高调

2019年是快手风格转变的关键年,以6月快手创始人宿华、程一笑发布的内部信为标志。在这封信中,反应变慢、组织松散、态度佛系等问题被二人直接抛出。

两位创始人直言,快手将变革组织、优化结构,开启“战斗模式”,还定下了第一个目标:2020年春节之前,快手主站达到3亿DAU(日活)。按照当时2亿DAU的状态看,快手需要在半年内增加1亿DAU。

为了实现3亿DAU这个阶段性的靶子,快手整个“脱胎换骨”:拿到2020年春晚红包独家合作权,豪掷10亿元换来红包互动量639亿次的成绩单。

2020年1月,快手发布《2019 磁力引擎年度报告》显示,2019年全年营收目标超额完成。根据快手2月发布的《2019 快手内容报告》,快手DAU在2020年初突破3亿。

此后,高调成为快手的常态,不仅吸引周杰伦入驻并进行直播首秀,格力电器董事长董明珠、网易CEO丁磊和快手的电商直播,也曾引发诸多关注。这些频繁上媒体头条的操作,看起来都是因为那封内部信。

快手转变为什么转变呢?除了竞争就是上市,比达咨询分析师李锦清猜测。其实2019年已有快手上市的消息传出,当时报道提到的时间点是明年,也就是2020年。

李锦清向北京商报记者直言“企业上市本身不难,难在选择一个好的时间点。所谓好,是指资本市场环境好,企业本身业务健康,有好的数据和故事可讲。一家to C的互联网公司,蒙头挣钱不是不可以,但竞争对

手不会等你一起瓜分市场,快手在2019年变得高调不是无缘无故的”。

商业化是重点

从2019年起,快手商业化提速,当时还披露了广告营销年收入目标是150亿元。

其实,之前快手的收入来源主要是直播打赏抽成和电商,后来由于短视频竞争激烈,商业化主要依赖于广告营销和电商。

快手最近升级的产品以及披露的数据,正好响应以上两种模式:快手商业化平台磁力引擎升级了旗下两大营销产品磁力聚星和快手粉条,将在私域流量分发的基础上接入公域流量;2020年8月快手电商订单量超5亿单,过去12个月,快手电商累计订单总量仅次于淘宝天猫、京东、拼多多。

简单点说,磁力聚星和快手粉条面向B端广告客户和平台创作者。快手粉条业务负责人阿稳曾向北京商报记者透露,目前快手粉条商业曝光日均超30亿次,日均连接粉丝关系超700万次。磁力聚星的前身是快手营销产品快接单。根据MCN及第三方平台显示的数据,快手磁力聚星达人作品进入快手公域分发一周后,公域流量占比超过80%。

不久前,主管快手广告和营销业务商业化的快手高级副总裁马宏彬透露,今年1-8月,快手商业化营收比去年同期增长2.5倍,头部客户新增2.6倍。

来自快手电商业务的招商、补贴消息也不断,在“6·18”“双11”这种原本由传统电商平台唱主角的节点上,快手也参与其中。而在快手高调宣布一系列消息和数据时,快手赴港上市的传闻言之凿凿。

北京商报记者 魏蔚

华为Mate 40面世 麒麟芯片结束使命?

北京商报讯(记者 石飞月)2020年对于世界每一个人来说都是非同寻常、极具挑战的一年。10月22日晚,华为消费者业务CEO余承东在华为Mate 40发布会上这样

开场,暗示了华为这一年的艰难。这场发布会也因此聚焦了更多的目光:号称“史上最强Mate”的Mate 40到底有多强大?究竟会不会成为华为高端自研芯片旗舰机的绝唱?余承东先是回顾了八年十代Mate手机,继而宣布Mate 40系列的到来。据介绍,Mate 40系列搭载了华为首款5纳米麒麟9000 SoC芯片;屏幕采用曲面屏设计;拍照方面,继续与徕卡合作,最高能实现17倍光学变焦,超广角镜头不仅用在了后置,同样也用在了前置。

“其他厂商(苹果)不久前刚刚推出5G手机,而华为已经是第三代5G手机了。”余承东调侃道。他还透露,目前华为连接消费终端设备10亿台,其中7亿为手机。2019年,华为的智能手机出货量突破2.4亿,其中Mate/P系列销量同比增长50%。华为曾表示,Mate系列和P系列在总出货量中取得了至关重要的作用。

在全球市场,华为今年曾一度超过三星成为出货量第一的手机厂商。市场调研机构Counterpoint公布一份报告显示,4月三星手机的市场占有率约为19.1%,华为则达到了21.4%,历史上首次超越三星;不过,8月三星已夺回全球手机龙头地位,并拉开与华为距离,双方市场占有率差距6个百分点左右,是扣除疫情初期的2月以外,双方一年来最大差距。

不过,自从被美国干预供货和市场以来,华为便一步步陷入艰难的处境中。2019年5月15日,美国商务部将华为及其70个附属公司增列入出口管制的“实体清单”。此

后,华为的多款旗舰机型采用的都是自家的高端芯片。

但也许是不满意上述禁令对华为造成的损失效果,在将其加火“实体清单”一年后,今年5月15日,美国商务部又发布声明,全面限制华为购买采用美国软件和技术生产的半导体,包括那些处于美国以外但被列为美国商务管制清单中的生产设备,要为华为和海思生产代工前,都需要获得美国政府的许可证。

这次的禁令不光面向美国企业,还包括台积电等中国台湾企业,华为自研芯片受“美国技术”限制无法量产,众多代工厂又无法绕开美国技术,台积电在9月后便无法为华为生产芯片。

今年8月,余承东在“中国信息化百人会2020年峰会”上坦言:“最近都在缺货阶段,华为的手机没有芯片供应”。他还透露,Mate 40将搭载麒麟9000芯片,但是很遗憾,因为美国第二轮制裁,华为的芯片生产只接受了9月15日之前的订单,所以今年可能是最后一代华为麒麟高端芯片。

至于现在华为的供货情况是否有改善,北京商报记者采访了华为相关负责人,但截至发稿,对方未给出明确答复。

“目前美国的打压政策没有明显松动,Mate 40之后,华为很难再发布高端旗舰产品了。”产经观察家丁少将表示,台积电无法代工麒麟芯片,高通和联发科、三星的处理器也无法大规模供货,华为短期内也没有更好的办法突破美国的限制,恐怕只能依靠存货维系高端手机业务了。

电信分析师马继华则认为,一代芯片不代表只能生产一代手机,未来三年,这个芯片都不会过时,估计可以支撑华为三代旗舰机。