



跨国聚焦

特斯拉“土豪装备”中国觅“激情”



■ 本报记者 徐 森

在北京东二环和三环之间的侨福芳草地购物中心一层,特斯拉租下了近 800 平方米的铺位,这将是它在全球最大规模的专卖门店。成立于 2003 年的特斯拉汽车,名字来源于电磁物理之父——尼古拉·特斯拉(Nikola Tesla),其以前所未有的直销模式和叹为观止的产品设

计颠覆了人们对汽车的传统认识。在过去 12 个月里,这家电动车制造企业的股价累计上涨超过 600%,目前已接近当初发行价的 15 倍。2013 年,当雾霾开始经常被百姓提及,汽车被认定为罪魁祸首之一的时候,专门生产纯电动汽车的特斯拉开始发力中国市场。2014 年,特斯拉继续拓展中国业务——不仅宣布将在中国市场销售 Model S,而且还信誓旦

旦地宣称要在中国打造一个超级充电站网络,以方便中国车主在长距离行驶途中进行免费充电。2 月 26 日,北京 2014 年首次购车摇号如期进行。此次摇号备受瞩目,其中一个重要原因是,北京今年将投放 2 万个新能源小客车购车指标。据悉,自 2014 年开始的 4 年内,为了治理大气污染,北京市将在 60 万辆新增小客车购车指标中,设置 17 万辆示范应用新能源小客车指标。与此同时,上海也出台相应优惠政策,以免费上牌的方式加速推广新能源汽车。不得不说,在中国,特斯拉的每次发力所选择的时机都十分讨巧。当对常规汽车“截流”的中国大城市渐次敞开对新能源车的“大门”,特斯拉头顶纯电动汽车的“光环”,更有机会在中国市场加速“行驶”。令人称奇的是,特斯拉在中国只销售一款车型,并且在国内只有北京一家体验店。无数商界精英是其忠实拥趸。据悉,金山软件公司董事长兼小米科技首席执行官雷军、360 副总裁李涛、思科大中华区副总裁程迈越等都曾赴美造访特斯拉,其中,雷军已订购了两台特斯拉 Model S。而在中国资本市场,特斯拉也被疯狂追逐——一大批为特斯拉提供中国国内上下游业务的“特斯拉概念股”数度崛起,成为暗淡股市中的一抹亮色。看到仅以一款产品就做出大文章的成绩,专家预言,特斯拉即将成为“下一个苹果”。但是,在中国市场,特斯拉真能顺利地演绎“速度与激情”吗?总有人不信“邪”。

中国汽车工业协会常务副会长兼秘书长董扬就表示,虽然特斯拉被称为汽车市场的“苹果”,算得上是土豪级装备,但其在全球的成功不是靠技术而是凭借经营。“特斯拉的成功主要在于其对细分市场的把握以及对电池的选择。从产品的制造形式及使用模式、用途来说,国内的一些企业也可以做到,而且正在做。”他说。在董扬看来,混合动力车比纯动力车的发展后劲更足,而且能够惠及更多人。目前,国内多款混合动力汽车配备高新技术,特斯拉要想打入异地市场不太容易。此外,与传统汽车制造商不同,特斯拉以线下体验店和线上付款购买的方式销售其 Model S 电动车。这种绕过经销商卖车的模式虽然带给消费者无数神奇的购物体验,但也理所当然地遭遇了经销商的抵制。美国《华尔街日报》日前就报道称,特斯拉的直销模式在其美国老家再次碰壁:由于无法得到新泽西州政府的执照,特斯拉将从 4 月 1 日开始停止在该州销售电动车。对于特斯拉在中国的前景,业界人士有着自己的担心,不单单是针对其销售模式上的“黑洞”以及产品性能上的“瓶颈”。因为和国内其他电动车企一样,即便有一些优势,特斯拉仍要面对在中国上牌照、充电基础设施不足等问题。显然,在中国市场,“千里走单骑”的特斯拉还要经历很多。

中国公司拿下南非机车大单 创出口订单纪录

南非国有运输集团 1064 台机车订单签约仪式日前在南非经济中心约翰内斯堡市举行,中国南车集团公司(以下简称中国南车)与中国北方机车车辆工业集团公司(以下简称中国北车)分别拿下 359 台电力机车和 232 台内燃机车大单,创下中国机车出口订单纪录,而中国内燃机车将首次进入南非市场。据南非国有运输集团方面的数据,中国南车和加拿大庞巴迪公司共同中标 599 台电力机车项目,中国北车则与美国通用电气公司中标 465 台内燃机车项目,两家中国公司中标机车数量超过总量的一半。中国机车行业签下最大出口订单南非是非洲铁路系统最发达的国家,现有铁路约 3.06 万千米,电气化线路超过 1 万千米。据悉,目前南非超过 50% 的电力机车平均使用寿命超过 35 年。“南非近年来加大了在铁路基础设施方面的投资”,南非国有运输集团总裁莫勒弗表示,1064 台机车采购项目在南非历史上绝无仅有,铁路基础设施的完善对南非经济、社会发展具有重要意义。“中国和南非同为金砖国家,两国间有着很好的合作”,南非国有运输集团货运铁路事业部总裁加

马向记者表示,中国公司能力很强,中国人总能履行承诺。“此次中国公司签下的机车数量超过总数的一半,体现了中国的活力,说明中国工业制造水平很高。”“今天签署的机车出口大单是中国机车对外出口的重要突破”,中国驻南非大使田学军向记者表示,“中国和南非的合作潜力很大,这次合作就是一个重要的标志。”2012 年 10 月 22 日,中国南车旗下核心企业南车株洲电力机车有限公司(以下简称株机公司)一举击败 8 家竞争对手,与南非国有运输集团签署了 95 台电力机车的供应合同。据中国南车(南非)有限公司总经理王国军介绍,之前中国南车中标南非 95 台电力机车购置项目,目前已有 9 台机车交付,在 95 台机车订单的基础上,公司又拿到南非方面增购 100 台机车的合同。中国南车总裁刘化龙在仪式致辞中表示,此次项目将在首批四轴机车的成熟技术平台上,提供功率更强大、技术更先进的六轴模式机车。据了解,新机车将填补南非六轴多流制机车的空白,在南非全境铁路上主要用于煤炭和矿石运输。中国北车集团大连机车车辆有限公司技术开发

跨国视点

部副部长邱新元向记者表示,在合同正式生效后,公司将在 18 个月内交付两台样车,最后一批机车将于 2018 年交付。南非机车市场比较成熟,技术要求也相对较高,邱新元说,南非以前最常使用的内燃机车主要来自美国通用电气公司,中国内燃机车成功开进南非,将对

部分中国机车在南非制造

“中国机车很棒”,在签约仪式现场,南非《商业日报》记者普勒兴奋地说,中国的两家公司将成为南非很好的合作伙伴。南非国有运输集团员工沙巴则表示,他很高兴部分机车能在南非生产,“中国机车南非造,这将会极大带动南非当地就业。”株机公司董事长、总经理周清和介绍,根据合同,中标项目电力机车的本地化率将超过 60%,通过技术转让,将提高南非铁路车辆的制造和维保技术能力。据悉,359 台电力机车中,首批 40 台将在中国生产,然后出口到南非,15 台电力机车将在散件运抵南非后由当地组装,余下机车将实现除重要部件外全部在南非生产。中国北车方面则指出,232 台内燃机车里,第一批 20 台机车全部在中国国内整车生产后运至南非,第二批 15 台机车散件运到南非在当地组装,余下 197 台机车 50% 的部件在南非生产。(任 民)

百威英博洽购金士百 二线品牌瓜分战开始收官

■ 郭梦仪

继嘉士伯拿下重庆啤酒后,近日又有消息称,百威英博将以 38 亿元的价格洽购吉林四平金士百纯生啤酒股份有限公司(以下简称金士百)。对此消息,金士百相关工作人员在接受记者采访时表示,双方的确正在商谈此事,但具体的商谈情况还不知道。“收购”无疑是啤酒企业抢占市场最常用的手法。酒类专家方刚认为,百威英博对金士百啤酒的收购,会加重百威英博在东北市场的砝码,赶超雪花啤酒在该市场的份额。不仅如此,在方刚看来,目前以“三金”(即金威、金士百和金星)为代表的国内二线啤酒品牌归队一线啤酒品牌进程已经进入尾声,接下来“大鱼吃大鱼”的时代即将到来。下一个目标或在河南

用的招商引资大项目,包括百威英博集团收购金士百啤酒在内的 6 个项目将于近期启动实施,投资总额 63.5 亿元。其中百威英博有可能以 38 亿元左右的价格收购金士百。对于上述消息,记者联系了吉林省经合局相关负责人。对方表示,近期省经合局的确在做招商引资项目,但只是负责对外招商引资搞经济技术合作,与上述收购事件无关。金士百方面在接受记者采访时表示,公司的确在与百威英博商谈收购事宜,但对于收购总额、收购方式等并不清楚。记者了解到,早在去年 9 月,百威英博收购金士百的传闻便在业内传开。方刚告诉记者,有知情人士透露,此次百威英博收购金士百是部分控股,而非全资收购。而且,两家企业现在其实已经“走到了一起”。在中投顾问简爱华看来,金士百是啤酒行业少有的优质并购标的之一,在东北地区有一定知名度、销售渠道和市场份额,与金威啤酒在华南地区的市场地位相当;目前在东北市场,百威英博占比稍落后于华润雪花,百威英博收购金士百之后,或导致市场份额排名发生变化。简爱华认为,利用金士百占领东北市场之后,百威英博势必会以自身产能布局和市场分布为基础进

行并购。未来重点方向是中国中西部,国内一线城市的市场容量基本饱和,二三线城市是几大品牌竞争重点,百威英博也会追随这一趋势。由于河南省是国内啤酒消费第二大省,百威英博将下一个并购标的选在河南的可能性很大。二线品牌并购进入尾声方刚认为,此次百威英博收购金士百啤酒后,以“三金”为代表的国内二线啤酒品牌并购已经进入尾声,接下来“大鱼吃大鱼”的时代将会来临。近几年,各大啤酒巨头纷纷在跑马圈地。有数据显示,1998 年,青岛啤酒、燕京啤酒及雪花啤酒的市场占比总共只有 10% 左右,至今这个数据已达 46.9%。对于未来啤酒行业的发展格局,方刚预测,二线品牌归队之后,未来就是一线品牌之间的竞争。简爱华表示,对于啤酒行业而言,华润雪花、青岛、百威英博、燕京、嘉士伯等大品牌的市场地位基本已经稳定,未来发展趋势是大品牌相互争夺市场份额。其中并购金士百、金威等二线品牌是一个重要手段,一旦这一阶段完成之后,各大品牌或通过建立工厂等方式扩张市场。而在方刚看来,除了建立工厂扩大产能和市场以外,“大鱼吃大鱼”的大企业之间的兼并重组也将开始。

吉恩镍业加拿大项目正式投产

历时近 5 年,先后投资超过 70 亿元人民币的吉恩镍业加拿大皇家矿业项目终于迎来曙光。公司近日公告,经过半年多的试生产后,该项目正式投产。据悉,目前项目回收率、矿产品品位等各项指标均已达到设计要求,并在试生产期间成功对外销售 3 万吨铜精矿产品。

伊朗拟取消 中石油南帕尔斯气田开发权

据华尔街日报报道,伊朗石油部副部长表示,如果中国方面在南帕尔斯(South Pars)天然气田开发项目上继续拖延,那么伊朗可能中止与中方这项 47 亿美元的合约。伊朗石油部副部长 Mansour Moazami 在接受采访时称,南帕尔斯气田项目存在严重拖延现象。他表示,伊朗方面已多次发出警告,也许最终将终止该合同。

夏普中国重拾积极进攻策略

摆脱赤字的夏普在中国市场逐渐开始实施更为积极的市场策略。记者从日前召开的夏普春季新品体验会上获悉,除了其优势的大尺寸电视产品外,今年夏普在中国市场的产品布局还将向中低端延伸,渠道也从大城市向中小城市及电商拓展。夏普方面称,由于技术升级、电商渠道与传统渠道全面竞争等因素,使得今年电视市场情况更为复杂,夏普在中国将采取“更积极主动、更开放的态度”。

阿迪大中华区营收增速放缓

近日,阿迪达斯公布其 2013 年财报。财报显示,集团全球营收 144.92 亿欧元,与 2012 年的 148.83 亿欧元相比减少 3%。其中,被寄予厚望的大中华区营收从 2012 年的 15.62 亿欧元增长至 2013 年的 16.55 亿欧元,年增长为 6%,这也是阿迪达斯在大中华区 3 年以来的最低增值,首次出现个位数增长。不过大中华区董事总经理高嘉礼依然表示,“我们对我们的业绩很满意,尽管行业正面临着诸多挑战,但我们仍能不断看到企业的健康成长。”(本报综合报道)

