

◆行业观察

电动汽车展现出强大的市场颠覆力

■ 本报记者 姜业宏

美国咨询公司艾睿铂最新调查显示,未来,中国的电气化汽车工业将在各个级别占据领导地位,也因此预言,到2020年,中国将成为全世界一半以上纯电动汽车的产地。例如,至2020年,全球有103辆插电式混动车型的计划,而其中49辆将来自中国生产商。

汽车业呈现四股浪潮

去年第三季度,全球电动汽车销量同比增长63%。展望2040年,国际能源机构最近的一份报告显示,中国预计将占世界电动汽车市场的40%以上。作为世界上最大的汽车市场,由于大力推广新能源等举措,中国的电动汽车市场更是如虎添翼,占据了全球销量的一半左右。

汽车制造商清楚电动汽车发展空间广阔,也知道电动汽车是节能减排必不可少的一环。而近来,SUV、皮卡以及跨界休旅车等传统燃油车型重振旗鼓,重新成为车坛的宠儿。这些传统动力车型销量红火,盈利颇丰,锋芒远超电动车型。电动汽车热潮的降温体现了整个行业对其短期经济潜力的热情退却。但麦肯锡咨询公司针对全球电动汽车客户(美国、德国、挪威共约3500名消费者,以及中国约3500名消费者)的调查指出,电动汽车显示出强大的市场颠覆力,正在逐渐赢得消费者青睐。

麦肯锡分析,当今汽车业呈现出四股浪潮:自动驾驶、汽车互联、电动汽车和共享汽车,其蓬勃之势将重塑汽车市场格局,且在未来10年引领的革新很可能会超越过去半个世纪的改变。在汽车行业四大趋势中,电动汽车在短期内颠覆市场的潜力巨大。

首先,消费者逐渐青睐电动汽车。麦肯锡最新发布的《洞悉电动

车:汽车制造商如何盈利》报告显示,在美国和德国,考虑购买电动汽车的买家占比分别为30%与45%。中国消费者对新能源汽车的兴趣在过去5年增长了3倍。其次,电池效率和电动汽车预估里程的提高、充电基础设施规模扩大等核心技术的进步快于预期。全球城市化进程加快、绿色出行方案呼声渐高以及国家、地区与城市合力加强监管等因素,都显示出电动汽车强大的市场颠覆力量。

弃油投电 补齐盈利短板

尽管电动汽车很可能颠覆汽车市场,但其何时会普及,产能能否提高及何时提高,仍存在很大的不确定性。麦肯锡全球董事合伙人王平表示,无论汽车制造商采信哪种电动汽车预测结果,并据此制定策略,都需要更加敏捷和更有创造性,补齐当前影响电动汽车的盈利短板。

王平说:首先是电池成本问题。我们预计在未来两到三个产品周期,电池成本过高仍将是电动车企盈利短板之一。在大力投资优化内燃机还是发展电动汽车的选择上,汽车制造商也应规避权衡的陷阱,提升内燃机效率的代价会越来越

越高,但其结果可能与未来的监管目标相距甚远。资金紧张,投资不足,导致供需不平衡,可能造成恶性循环。

汽车制造商如何吸引更多客户弃油投电,麦肯锡认为可尝试客制化和创新业务模式。对很多业内人士而言,从燃油到耗电的过渡是他们职业生涯的一大标志性挑战。除了技术范式的深度转变,市场力量及资源限制带来的挑战更加艰巨。这些力量会重塑汽车业的盈利点,让车企在探索和试错的重要时期措手不及。

明确消费者定位是关键

通过分析人口统计特征及偏好,麦肯锡确定了贯穿电动汽车三个购买阶段的九大消费人群。研究发现,早期买家包含两个细分客群:地位及奢华的追求者及规避风险的环保主义者,他们分别偏好购买高端性能以及适用型环保电动汽车,而当今成功的电动车型都包含这两个特征。

麦肯锡预测,下一批潜在买家可能由三类消费者组成:主流出行方式的追求者、大众高端车的追求者、高性价比的追求者。电池组

较小、里程较短因而成本较低的适用型电动汽车可能更符合近期买家的需求。这三个细分客群的家庭收入要比早期电动汽车买家低。如今,中国大部分电动汽车车主都是经济型买家,美国与欧洲下一批电动汽车消费人群也同样如此。

对于未来的四大细分客群:城市家庭、时尚家庭、高科技追求者、特色性能注重者,研究认为,他们对驾驶实用性有较高期望,且家庭收入普遍低于早期买家,所以应利用电动汽车给消费者和厂商带来的经济优越性,设计新的业务模式。

在电动汽车发生颠覆性变革之际,汽车制造商面临巨大的市场不确定性。麦肯锡全球资深董事合伙人高旭说:要想在新兴的电动汽车市场获得成功,新老整车厂都需要非常清楚他们的目标客户是谁,而不是试图成为下一个特斯拉。他们需要清晰的品牌和产品战略,建立完整的合作伙伴生态系统,覆盖整个电动汽车价值链。从关键部件的开发到客户交联,还需将重点放在为客户提供一个整体的移动体验,而不仅仅是在其产品上集中增加一个新内容。



乌克兰海港城市敖德萨有着“黑海明珠”之称,敖德萨南方港作为乌克兰最大港口,吞吐量占全国港口的1/3,是乌克兰粮食、矿产等商品出口的重要枢纽港口。由于多年淤泥阻塞,港口发展受到严重制约。2017年4月,南方港疏浚项目通过乌克兰政府投标平台向全球招标。在欧洲四大疏浚公司参与竞标的情况下,中国交通建设股份有限公司旗下的中国港湾工程有限责任公司凭借技术和价格优势击败对手,成为项目的总承包商。

图为乌克兰敖德萨南方港水域,中国交建租赁的MP26反铲船组正在进行疏浚作业。

(图片来源:中国交建集团南方港项目)



◆市场前沿

中巴双边贸易可用人民币结算

本报讯 日前,巴基斯坦国家银行(央行)发表声明,批准贸易商在与中国的双边贸易中使用人民币作为结算货币。

声明说,巴中两国的公共和私营企业在双边贸易和投资活动中可以自由选择使用人民币。巴基斯坦国家银行已经制定了相关法规以促进人民币在贸易和投资中的使用。

声明还说,考虑到近期世界和

地区经济的发展状况,尤其是中巴经济走廊建设的迅速推进,预计用人民币计价的对华贸易将大幅增长,这符合两国长远利益。

为促进双边投资贸易、加强金融合作,中国人民银行与巴基斯坦国家银行于2011年12月签署规模为100亿元人民币的双边本币互换协议,2014年12月续签协议。

(刘天)

卡塔尔将允外资设独资企业

本报讯 卡塔尔政府日前证实,政府内阁批准了一项有利于外国投资商的法律,外国投资商将获准在卡设立独资企业。依据卡塔尔此前法律规定,外国投资商最多只能拥有49%的股份。

卡塔尔财政和经济部表示,新法律施行后,外国投资商将获准在卡塔尔几乎所有经济领域设立独资企业,但不能购买房地产或特许经营权。在进军银行和保

险领域时,外国投资商需得到卡塔尔政府特批。

财政和经济部的声明指出,新法律旨在增加税收,保护外国和本地投资商,以及提高卡塔尔在国际经济领域的声誉。

目前,尚不清楚这份法律何时生效。法新社分析,出台对外国投资商利好的法律,也是这个海湾地区第三大经济体力图创造更多非能源收入的举措之一。(杜鹃)

白俄罗斯计划大力发展物流运输

本报讯 白俄罗斯政府新闻局日前宣布,白部长会议通过了物流系统发展构想,决定大力发展物流运输。根据这一构想,2030年,白俄罗斯物流运输量和过境运输收入将比2016年增加1倍。

白政府表示,其物流系统有两大发展方向,一是发展有助于实现物流方式多样化的物流服务市场;二是推动物流公司参与国际运输,

推动物流运输基础设施接驳国际物流系统,提高过境运输能力。

白政府计划整合物流基础设施和技术,参与包括从中国经白俄罗斯到欧洲的集装箱往返运输在内的国际集装箱运输业务,强化在欧盟和欧亚经济联盟间的物流枢纽作用,并大力发展“丝绸之路经济带”上的明珠项目中白工业园等。(魏忠杰 李佳)

越南拟增开对中国直航航线

本报讯 根据越南政府的最新发展计划,未来几年,越南将开通到中国多个城市的直航航线。

越通社日前援引越南政府一项关于扩大越南与世界重要国家和地区间直航航线覆盖范围的发展计划报道说,到2020年,越南各航空公司计划开通从岘港、海防、

芽庄、大叻、芹苴、富国岛等地至中国重庆、大连、海口、武汉、宁波等地的航线。

越南各航空公司还计划增加至北京、上海、广州、昆明、成都等地的航班班次,并在这些航线上更多使用宽体客机。(王迪 陶军)

◆企业动态

中企追加对斯港口城投资

斯里兰卡官方日前宣布,中国同意进一步投资10亿美元与斯方共同开发科伦坡港口城项目。这将加强中国在印度洋地区的影响力。

文章称,斯里兰卡官方此次宣布的消息是有关中斯两国同意填海造地开发首都科伦坡的巨型项目,在当地通过中国交通建设股份有限公司投资建设一座海上港口商业新城。港口城项目直接投资约14亿美元,计划带动二级开发投资约130亿美元,将为斯里兰卡创造8.3万个长期工作岗位,中方将同时得到新开发土地99年租赁权。

据悉,通过运用这笔巨额投资,中方将帮助斯里兰卡在当地建造3座60层的高楼等多项配套设施,力图以国际水准的建设加强中国在印度洋的影响力。

文章称,中国的一带一路倡议正与斯里兰卡“大西部省”战略对接,港口城项目是中斯战略对接下的重要工程项目。

中国信保去年面向“一带一路”累计承保1298亿美元

据中国出口信用保险公司数据,2017年,我国政策性信用保险覆盖面进一步扩大,年度承保金额首次突破5000亿美元,达到5246亿美元,同比增长11%。其中,中长期出口信用保险实现承保金额239亿美元,同比增长7%;海外投资保险实现承保金额489亿美元,同比增长15%;短期出口信用保险实现承保金额4128亿美元,同比增长10%。全年向客户支付赔款近14亿美元,同比增长8%。

2017年,中国信保以“一带一路”沿线国家为重点,围绕基础设施互联互通、国际产能合作和经贸产业园区等主要领域,加大政策性信用保险对“一带一路”建设的支持力度,同时,不断完善“一带一路”沿线国家风险动态监测、评级体系和重大风险应急处置机制,有效防范系统性风险。全年支持企业面向“一带一路”沿线国家的出口、投资、工程承包业务,累计承保金额达1298亿美元,同比增长约15%。(本报综合报道)

本报讯 据印度《孟买镜报》日前报道,印度信实基建公司出于对政府层层安全审查的担忧,将与之合作竞标孟买-维苏瓦-班德拉跨海联络线项目的一家中国企业换成一家意大利企业。报道称,对与中企合作难以通过安全审查的担忧,在印度并非个例。

据悉,包括信实公司在内,共有五家企业参与该跨海联络线项目竞标。项目预计将于今年开工。目前,信实公司已经向马哈拉施特拉邦道路发展公司就相关变更进行了通报,该公司联合管理主任曼德皮表示,信实此举很可能是出于对中国企业参与该项目会招致中央政府层

面安全审查的担忧,不得不将此前合作的中企换成意大利的阿斯塔尔迪公司。

马哈拉施特拉邦道路发展公司首席工程师山卡尔也表示,在孟买港口间跨海联络线项目上,中企面临印度政府安全审查的问题,正是出于该原因,信实更换了合作

伙伴。

《孟买镜报》称,此前许多与中国企业合作的印度公司都遭到印度内政部与国防部方面的严格安全审查。中印此前经历了洞朗对峙,印度国防部门、特别是总部设在孟买的西部海军司令部对中企在孟买附近海域的活动十分警惕。西部海军

司令部官员曾声称,中企一直在搜集相关情报并传回中国,其中包括印度的防务信息。

不过该报道还称,同时竞标这个项目的其他印度基建公司也有换搭档的情况。印度斯坦建筑公司的负责人表示,竞标前更换合作伙伴比较常见。(文朱)

中国互联网企业扬帆

■ 叶子

潮,以工具类应用为主的中国互联网企业,在世界范围内跑马圈地。以做跨平台传输的茄子快传为例,它长期占据了印度、印尼、菲律宾、俄罗斯、沙特、南非等36个国家的谷歌商店热门工具榜首位,位居64个国家苹果商店的销售榜第一,仅用两年时间就在全球积累起超过10亿的用户规模。

最近一年来,内容应用类产品也相继出海。新闻、社交、直播、拍照、短视频等进入海外市场并受到热捧。

提升用户体验

目前,全球近10亿的用户通过中国的通讯软件畅享即时交流的愉悦,海外超过50座城市的市民可以骑行共享单车,来解决出行的最后一公里;巴西、日本、北美、东南亚等国家和地区超过1000万的用户使用中国的新闻推荐平台来获取海量新闻资讯;美国、印尼等地的年轻人通过中国的直播软件享受直播的快乐。

近年来,中国互联网产品在海外推广时力争做好本土化,提升全球用户体验。更加流畅的网络体验、更加普及的智能设备、更加多样的应用软件、更加人性的设计理念。中国互联网企业的海外布局让全球共享方便快捷的移动生活。中国已经位于数字经济的最前沿,也引领着互联网的全球发展。法国前总理多米尼克·德维尔潘在第四届世界互联网大会上说,中国的互联网对全世界都是巨大的机遇,将随着丝绸之路进一步扩散到其他国家。

借力“一带一路”

在第四届世界互联网大会上,中国同老挝、沙特、塞尔维亚、土耳其等国共同发起了《“一带一路”数字经济国际合作倡议》。借着互联互通的“数字丝绸之路”建设,中国互联网企业布局海外由最初的摸着石头过河,到现在依靠政策、抱团出海、加速前行。

早在2015年7月,《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》

见》明确提出,结合“一带一路”等国家重大战略,支持和鼓励具有竞争优势的互联网企业联合制造、金融、信息通信等领域企业率先走出去。

爱普阿斯是一家提供桌面、加速、移动搜索等产品和服务的中国互联网公司。得益于国家政策,爱普阿斯享受到了非常好的外部环境。以南亚、东南亚、欧洲各国为代表的“一带一路”沿线国家,现在已

成为爱普阿斯最重要的区域市场。

“一带一路”倡议使中国互联网企业定位海外市场有了清晰航向,出海航程顺风顺水。爱普阿斯创始人李涛认为:“一带一路”建设对促进共同发展、实现共同繁荣有很大帮助。在这个过程中,企业走出去是落实“一带一路”倡议的重要手段,同时也是中国互联网产业发展的壮大的巨大机会。

