

买来的核心技术 缺席车展 恒驰汽车躺在 PPT 里

作者 钱馨瑶

9月25日晚间，恒大汽车（00708.HK）公告，董事会已于2020年9月25日审议通过根据特别授权发行人民币股份及相关事宜决议案。

公告内容显示，根据建议发行人民币股份的方案，公司拟申请首次公开发行人民币股份并在上海证券交易所配发及发行不超过15.5亿股人民币股份（行使超额配股权前），占不超过2020年9月30日本次建议发行的人民币股份数自扩大后已发行股份总数15%。

此次配售股份总数为17658万股，认购股份占目前已发行股份总数约20.4%，占待认购事项完成后扩大已发行股份总数约2%。配售之后，中国恒大（03333.HK）在恒大汽车的持股比例将降至73.5%。

如此一来，造车将成为恒大最重要的业务。此前不久，恒大汽车举行2020年中期业绩发布会。恒大汽车方面预计，恒驰产品2021年上半年试生产，力争2021年下半年量产。恒大汽车还未实现量产，科创板先行的消息再一次为恒大汽车争取了不少关注度。

遗憾的是，2020年第十六届北京国际汽车展览会（下称“2020北京车展”）新能源汽车品牌名单中未见恒大汽车的踪影。“恒大（造车）的事情我只在网上看到一些消息，他们造的车没见过。”国家新能源汽车创新工程专家组组长王秉刚这样对《企业观察报》说。有网友调侃：“有生之年，估计还能开上奔驰，但恒驰，就说不准了。”

地产红利不再，恒大汽车自谋生路

9月15日，恒大汽车宣布，通过配售新股募资40亿港元，并在短时间内获得大幅超额认购。恒大汽车此次引入的投资者包括腾讯、滴滴等互联网巨头，以及阿里旗下的云锋基金、红杉资本等国际顶级投资基金。

恒大汽车为何受资本青睐，更是获得阿里、腾讯的认可？对此，汽车分析师张翔对《企业观察报》表示，巨头合作足够引起投资者的关注。这是国内首次出现互联网公司跟房地产公司合作造车的现象。面对这样一个新题材，多少会有人来买单。恒大汽车之于阿里、腾讯而言，就是一个“热点”。

“获得更多的伙伴支持，这点钱（40亿港元）大的集团也不在意”。全国乘用车联合会任秘书长崔东树对《企业观察报》说，“恒大汽车有地产的支持，即使融不到资金，风险也不大。以恒大地产项目上万亿的盈利规模，在汽车行业里是不可比拟的。”

多位业内人士向《企业观察报》表示，背靠房地产可能是目前为止恒大汽车唯一的亮点。

可惜，大厦坍塌得如此之快。

据9月24日消息，恒大集团有限公司（下称“恒大集团”）于8月24日向广东省人民政府提交的《关于恳请支持重大资产重组项目报告》（下称“资产重组”报告）显示，其存在各类严重问题。报告显示，恒大地产现金流断裂将导致恒大集团无法偿债，进而引发金融系统性风险。

随后，中国恒大集团官网发布《严正声明》表示：“近日，网上流传有关恒大地产重组情况的谣言，相关文件和截图凭空捏造、纯属诽谤，对我公司造成严重的商誉损害。”恒大表示，“我公司强烈谴责，已向公安机关报案，坚决用法律武器维护公司合法权益。”

自8月20日央行、住建部召开重点房企座谈会，融资新规“三条红线”浮出水面至今已有1个月时间。根据贝壳



研究院统计，9月底前的近30天内，房企债券融资规模明显缩水。按发行日期，8月20日-9月20日房企境内外融资规模约992.7亿元人民币，较前一月（7月19日-8月19日）减少24.6%，规模收缩约四分之一。

据了解，近段时间房企境内债发行较为密集。仅9月21-22日，便有恒大、碧桂园、招商蛇口、华夏幸福、云南城投、世茂股份等多家企业发布境内融资公告。

其中9月22日，恒大地产向专业投资者公开发行公司债券（第一期）规模为40亿元，票面利率为5.80%；

贝壳研究院指出，2020年9-12月，房企到期债务规模约3603亿元，较去年同期的2149亿元规模大幅增加68%，结合实现全年销售目标的业绩压力，房企下半场或面临更为艰难处境，不排除多家房企将选择以价换量的方式抢占客户资源。

资产重组报告显示，截至2020年6月30日，恒大集团拥有792个项目，覆盖229个城市，在建工程1.23亿平方米，公司员工14万名，解决就业317万人。若因恒大地产现金流断裂引发恒大集团陷入危机，将直接影响331万人的稳定就业。同时，已售未交楼61.7万套商品房的204万业主面临烂尾或无法收楼的风险，严重影响社会稳定。

“今年下半年整体对房地产金融侧的管控力度明显增强，预计房企的内外债规模很难再出现明显增长，加快存货的去化速度以及通过合作开放、引入战略投资者等方式会在房企中表现得更为普遍。”58安居客房产研究院分院院长张波说。

恒大地产告急，恒大汽车需上市自谋生路。

“以资本换技术”恒驰还在 PPT 中

随着日内瓦车展、底特律车展、巴黎车展等相继改为线上举办或取消，北京车展也将成为2020年首场国际车展。据组委会方面介绍，本届北京车展将吸引近半数国内外知名汽车品牌携全新产品以高规格参展。

9月，恒大拟在科创板上市；8月，恒大在广州、上海举办盛大发布会。恒大却意外缺席中国最大规模的车展，估计是还拿不出像样的展车面对全国的观

众。张翔表示：“恒大的6款概念车门都不能打开，目前还处于非常原始的状态。”

某知名车企内部人士向《企业观察报》表示，站在消费者的角度，恒大汽车的外观不好看加广告做得毫无美感可言。（宣传）投放量是很大但没有传达出其他亮点。新能源汽车已经是红海市场了，恒大汽车作为后来者胜算不太大。

2020年半年业绩发布会表示，集团已构建了覆盖整车制造、电机电控、动力电池、汽车销售、智慧充电、共享出行等领域的新能源汽车全产业链，在关键环节拥有世界最顶尖的核心技术。

2019年1月，恒大以93亿美元收购Mini Minor Limited 100%股权，间接获得NEVS（National Electric Vehicle Sweden AB 国能电动汽车瑞典公司）51%股权。

恒大公告透露，NEVS旗下公司为恒大集团汽车自主品牌“恒驰”电动汽车进行研发工作。事实上，公开报道显示，恒大首款车型就是NEVS 93基于瑞典品牌萨博（Saab）的凤凰知识产权平台打造，该车的整体造型参照了萨博9-3车型。

2019年3月15日，恒大以5亿元收购泰特机电有限公司70%股份。泰特机电100%持有荷兰e-Traction公司股份，其目的是为买入泰特机电的轮毂电机技术。

据了解，轮毂电机技术最大特点就是动力装置、传动装置和制动装置都整合到一起到轮毂内，得以将电动车辆的机械部分大为简化。

“低速大型车的轮毂电机已经获得应用。在乘用车上全球都还没有实现产业化。仅就这点，我就可以初步判断不大靠谱。”王秉刚这样说道。

其次，从公开消息可以知道，恒驰1将会在2021年陆续实现全面量产，一年的时间实现从工程车到量产的过渡，对恒大来说也是一个不小的挑战，况且位于上海和广州的生产基地才刚刚进入设备调试阶段，能否真正如恒大所计划的那样还需要打一个问号。

“（恒驰1）相对来说还是一款能达到量产的车型。”崔东树说，“汽车指标参数还不稳定，（恒大汽车）目前是为了抓住消费者的关注度，提前给消费者一些信息，主要还是造了一个声势，

让消费者（对恒大汽车）有信心，借此来看消费者的反应。至于有多少预订，跟特斯拉这种量产车相比还是有一定差距。”

崔东树还表示，（恒大汽车）的小批量生产难度应该不是很大，到了真正的批量生产规模，生产线全面完成投产是一个比较漫长的过程。

企业品牌 自研还是“买买买”

今年3月底，恒大提出全面实施“高增长、控规模、降负债”的发展战略，核心是通过销售高增长带动回款高增长，大幅降低有息负债。从半年报看，恒大的销售额、销售回款、回款率均创历史新高，有息负债仅一个季度便大幅下降400亿元，新战略初显成效。

8月27日，恒大汽车中期业绩报告称，力争3至5年实现100万辆年销量，成为世界规模最大、实力最强的新能源汽车集团。

汽车业务作为恒大多元化发展的重要一环，尚未实现盈利。

据恒大汽车最新发布的上半年财报显示，截至2020年6月30日造车业务方面亏损2457亿元，较2019年中期亏损1984亿元扩大2382%。公司2020年上半年新能源汽车业务营收为0.53亿元，2019年同期为284亿元，主要原因是锂电池销售带来的业务减少。

值得注意的是，2019年恒大汽车板块亏损331亿元。恒大汽车曾表示，主要是因为新能源汽车业务尚属拓展投入阶段，购买固定资产及设备、研发等相关费用及利息支出增加所致。

业内人士分析，汽车是典型的长周期、高壁垒行业，“研发、生产、销售”每个步骤都需要投入大量的人力、资金，每一个环节都在消耗企业的资源成本。

北京我心更棒科技CEO宋增建在知乎上表示，如果恒大汽车的资源过多投入到购买设备，而不是更多去进行研发和行业引领，只是通过砸钱做广告，向消费者灌输自己汽车的强大实力，来源于世界各国的顶级元器件，有可能会与很多消费者所推崇的华为那样的原创坚持产生很大错位。

宋增建还表示，未来如果有更多的人指出恒大没有核心技术，也没有下大力气和资源专注在研发上，对恒大汽

车是个隐忧。

一位不愿具名的汽车从业者向《企业观察报》表示，高科技汽车配置，科技创新是关键。新能源汽车的核心电池技术与燃油车的发动机技术同等重要。

据虎嗅网报道，北京时间9月23日，特斯拉发布了一系列新的电池技术。会上，埃隆·马斯克表示，目前电池生产面临最大的两个问题，一是电池规模有限，二是价格依旧过高。

特斯拉正式发布了一款无极耳电池，通过激光技术将传统电池凸起的极耳结构去掉，导电涂层直接与电池端盖接触，缩小电流移动的距离，并降低内阻。马斯克强调，这款电池并不只是一个概念产品，而是有望实现量产。

“任何汽车厂商，只要有钱，都能从世界各地购买高档设备，购买高档零件，但这并不意味着核心竞争力。所以自研还是关键，供应链安全也很关键。”宋增建表示，“造汽车，背后的根本是研发汽车，是打造强大的汽车品牌。”

前述汽车业内人士表示，所有商品都有文化内涵，才能提高品牌价值，特别是进口品牌，国内的品牌美誉度在逐渐提升。恒大是品牌，（恒大）汽车不是优质品牌还有待检验。■

■ 红盾之窗



北京消费者一周申诉情况分析

消费提示

最近几年，因办理健身预付卡引发的消费投诉非常多，此类纠纷主要集中在诱导消费、经营主体不合法、霸王条款、强制服务、虚假宣传、人身安全无法得到保障、变相涨价、擅自中止服务等问题，我们提示广大爱好健身的消费者，在选择健身商家时，要做到以下几点：

1. 健身商家套餐种类繁多，计次卡、包月卡、包年卡等，总结起来就是充值越多和卡时间越长优惠力度就越大，消费者切莫被眼前的优惠迷惑，一定要根据自己经济实力以及身体状况选择适合自己的套餐。此外，对于第一次进健身房的消费者，还是建议您办理期限短金额少的套餐，锻炼一段时间后，再决定是否延长期限继续充值。

2. 健身商家在说服消费者办卡时，往往会口头承诺一些优惠，例如赠送次数、放宽使用范围等，消费者在得到健身商家的口头承诺后，应要求其将口头承诺写进合同或者单独写到纸上，并请当事人盖章签字确认。

3. 消费者在与健身商家产生纠纷后，可以拨打12315消费者投诉举报热线说明情况，工作人员会第一时间联系当事人双方进行调解。消费者在反映问题时，一定要提供发票、合同等相关证据，这些证据将对整个调解过程至关重要，也是相关部门正常履行职能的重要依据。