

## 争锋

**开栏语** 理不辨不明。当前,我国正处在由汽车大国向汽车强国过渡的进程中,期间不可避免会面临各种产业矛盾,比如产能是否过剩、混合动力汽车要不要鼓励……辨析这些争议焦点、调和产业矛盾的过程也就是我国汽车市场走向成熟的过程。本期开始,《中国汽车报》正式推出争锋专栏,旨在深入剖析行业企业中有争议性的问题,以期让读者更接近真相。

# 乐视汽车能否倒下之 **争锋**

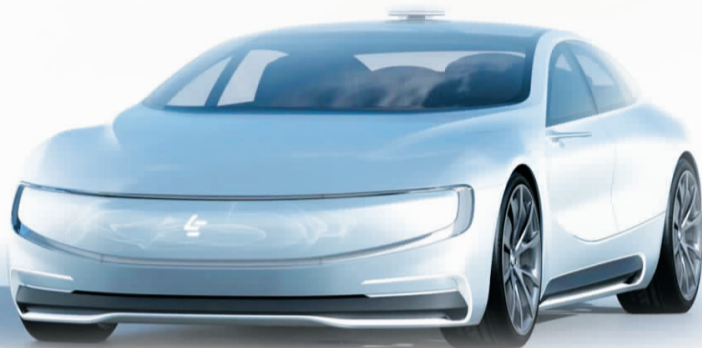
■本报记者 张婷

作为互联网造车新贵的乐视汽车最近可谓负面新闻缠身,断裂的资金链一路蔓延到乐视旗下的多个业务领域,甚至波及易到用车。加上丁磊等高层的相继离职、乐视意外缺席今年上海车展,让乐视汽车一时陷入前途未卜的危机中。

对此,奇点汽车创始人沈海寅在一次采访中表示:“乐视如果倒下,对谁都

没有好处。”确实,乐视汽车作为较早进入造车领域的互联网新势力,在一众互联网造车企业中较具代表性,其造车模式和发展状况也一直为外界所关注。如果这家企业倒下,会产生怎样的影响?

是如沈海寅所说“对谁都不好”,还是作为一例失败的非典型个案溅不起多少水花?就此,记者采访了多位行业专家和人士,他们观点的背后一定程度上也反映了业界对这些造车新势力的看法。



## 如果乐视汽车败退,对汽车行业的影响大吗?

### 奇点汽车创始人沈海寅 会产生较大负面影响

我们真心不希望乐视汽车败退。因为任何一个行业处于发展初期时,企业间是没有竞争对手的,每家企业都需要全力以赴推动一个新兴市场的发展,以培养和教育用户。

乐视汽车如果倒下,对谁都没有好处。在公众或者政府眼里,奇点、蔚来和乐视都是新兴电动汽车企业,没有本质区别,尽管事实上它们还是有很大差异的。

### 汽车行业分析师钟师 影响外界对新造车企业的看法

乐视目前还不到山穷水尽的地步。事实上,乐视确实存在一些力量分散的问题,但并不像媒体所报道的那样“风雨交加”。这其中不乏一些同行挤压的舆论战,因为乐视在推的大生态圈、七个业务方向对一些企业造成了很大冲击。所以现在只能是观望状

态,很难讲乐视汽车的模式对与不对,如果它渡过此次难关、造车成功了,乐视很可能又被作为创新的典型。从新兴造车势力角度看,企业会有先把蛋糕市场做大、抱团取暖的想法。如果乐视败退,一定程度上会影响外界对互联网造车的看法。

### 中国汽车工业协会副秘书长叶盛基 远谈不上影响行业

虽然乐视汽车和蔚来汽车、小鹏汽车、车和家等新造车企业都有互联网背景,但它们后续运作方式并不一样。乐视仅是新造车势力的个案,其暴露出的资金、管理问题未必在其他企业中存在。

新能源汽车是国家支持发展的大方向,除不少互联网造车企业外,很多传统车企、零部件企业及其他有生产制造背景的企业也在积极研发、

生产新能源汽车和智能网联汽车。这个过程中,几家企业出现波动或变故很正常,不可能对新兴产业、整个行业发展的大趋势产生影响。事实上,乐视汽车目前的造车还没有真正落地,其面临的人事、资金困境虽会让一些企业反思和吸取教训,但这些属于公司本身的问题,远远谈不上会影响行业和其他新造车企业。

## 乐视汽车遇到的问题,是所有新造车企业都面临的共性问题吗?

### 中德诺浩(北京)教育投资有限公司总裁兼首席执行官孙勇 新兴产业存在更多不确定性

乐视目前的最大问题一是走的太快、很多业务没有做扎实,二是想干的事情太多。又快又多,这就导致企业的人力、资金、技术等资源储备跟不上企业的发展步伐,从而出现一系列问题。

如果乐视汽车倒下,其负面影响肯定是存在的。毕竟外界一些人士并不看好互联网造车,一家企业的倒下

某种程度上很可能会加剧这种“互联网造车不靠谱”的论调,让新兴产业增加更多不确定性。不过互联网造车的大方向不会受到妨碍,乐视的危机也会让其他新造车企业更加冷静、警醒,更好地把握企业的发展节奏。相比传统车企,这些具有互联网基因的新造车企业在用户体验等方面还是有其特定优势的。

### 天津大学中国汽车战略研究发展中心常务主任郭焱 企业自身内部问题是主因

乐视汽车发生的资金紧张、高层出走等事件,更多是源于其内部突出的个性问题,如战略定位出现偏差,把汽车智能终端作为生态圈布局的入口;治理团队不够稳定;汽车业务未落到地上等。这些并不是互联网造车企业存在的共性问题,所以乐视是乐视,蔚来是蔚来,每家企业的具体套路并不一样,乐视如果倒下并不会

给其他新造车企业带来负面影响。不过值得一提的是,国内目前对互联网新造车企业的各方面保障并不完善,政府、行业后续应为它们创造更为开放的制度环境。如外界不要刻意把互联网造车企业和传统车企对立起来,政府在资质等方面给这些先行者甚或先驱者更多鼓励。当然,新造车企业也要注意构建更高效的产业链。

## 乐视汽车的资金链断裂,会引发金融风险吗?

### 中融创基金管理(北京)有限公司董事长曹鹤 引发社会金融风险事件是可能的

与传统造车企业不同,互联网造车企业采用的是互联网+金融+汽车的模式,即利用互联网手段先融资,再投入到汽车产业,而后拿产品进展等再融资。这其中,一旦某个链条断了(可能是由于某个很不起眼的因素,如用人),就可能危及整个产业链条。现阶段是乐视汽车发展的关键节点,如果乐视的资金链断裂愈发严重,又不能及时调整过来,就很可能演变成社会的金融风险事件。

乐视近两年极其受资本青睐,仅乐视汽车项目就有国家电网旗下英大

资本、深圳市政府投资平台深创投、联想控股等知名机构在投。这些机构除自有资金外还牵涉到较大的私募基金、政府参与的产业基金。而乐视业务分散、产业链长,资金用于哪一板块也存在不规范,某个环节出问题,就可能引发整个产业链倒下,进而引发资本层面的多米诺骨牌效应。这也是互联网金融、众筹模式存在的普遍风险,互联网造车企业如没有把汽车业砸实、出来产品,就可能很快倒下。不过基于互联网创投的前景,还是会有很多人和企业对互联网金融前仆后继。

### 清华大学汽车产业与技术战略研究院副研究员刘宗巍 不会影响资本进入汽车行业的热情

每一家新造车企业的策略各有不同,对于企业的创新尝试,外界应持鼓励和宽容的态度。而且企业有成功、有失败,这本身是正常的市场规律,实际上传统整车及零部件企业也不乏受挫甚或被淘汰的案例,只不过新入车企的动态更为行业所关注。我们更应看到,乐视汽车一家新入车企遇到困难,并不会改变产业格局重塑的整体趋势。挑战必然存在,但机遇仍在那里。

从长远来看,即使乐视汽车最终倒下,也不会影响新入车企背后资本

的热情。因为一方面,投资者通常总是先确定有前景的产业和领域,然后才在这个大方向下选择合适的企业。像乐视等新入车企之所以能够融到很多资金,很大程度上也是因为未来汽车产业的全新发展机遇被投资者普遍看好。另一方面,不同的企业家、创业团队及商业模式各有不同,“乐视生态”之路如果最终被证明行不通,也并不代表其他新入企业必然会失败。当然,在机会看似无处不在的情况下,新入车企更应注重战略聚焦,有所为有所不为,才更有可能取得成功。