

# 富士康救拜腾有点悬

## 忠阳车评

停摆半年之久的拜腾汽车，终于等来“白衣骑士”。日前，拜腾汽车与富士康科技集团、南京经济技术开发区签署战略合作框架协议，合力加速推进拜腾首款车型M-Byte在明年实现量产。这一纸协议，也将在公众视线中消失已久的拜腾再次推到聚光灯下。

在签署协议的第二天，有媒体称，“拜腾近期将与富士康组建合资公司‘富腾’，而且拜腾会与盛腾合并，富士康团队已分别入驻拜腾与盛腾”。虽然拜腾对此未作回应，但这并不影响舆论对富士康牵手救拜腾的悲观论调。

人们之所以不看好这桩姻缘，恐怕还得从拜腾的历史说起。拜腾是南京知行新能源汽车技术有限公司(FMC)旗下的新能源汽车品牌，最初由和谐富腾于5年前投资成立，后更名为拜腾汽车。经过数轮融资，拜腾累计获得84亿元融资，一度被业界热捧为“四大造车新势力”之一。

不过，与很多造车新势力不同的是，拜腾创建团队主要为外籍人员担当，比如，原宝马负责“i8”的毕福康和原东风英菲尼迪总经理戴雷担任联合创始人。也许是由于创始人的原因，团队人员大部分来自宝马、福特、谷歌和特斯拉等全球知名企业，阵容堪称豪华。

问题是，豪华掩盖不了一切。毕福康、戴雷两位外籍CEO先后离职，留下一款尚未量产的概念车拜腾M-Byte、一张造车资质、一座电动车工厂以及一地鸡毛。去年7月，拜腾宣布暂停中国内地业务运营，仅保留小部分岗位维持运转。当时，央视称其“3年烧光84亿，造不出量产车”。

此后公司一拆为二：拜腾汽车和盛腾汽车，前者聚焦车辆生产、市场销售，后者则聚焦于车辆、平台研发。由于首款车型迟迟没有量产落地，而彼时以蔚来、小鹏、理想等为代表的国内造车新势力，在特斯拉国产化的带动下，月销量“芝麻开花节节高”，拜腾在公众视线中很快就没了存在感。

对于富士康加码汽车领域，业内并不感到意外。因为一直以来，富士康都没有隐藏

过其在造车领域的野心。富士康科技集团董事长刘扬伟曾表示，特斯拉是电动汽车中的iPhone(苹果)，富士康则希望成为电动汽车的Android(安卓)。不过，要做“汽车界安卓”的企业并不少，华为、百度都是富士康的潜在竞争者。相比之下，富士康并没有明显优势，牵手拜腾亦充满诸多变数。

首先，造车不能没有钱。据报道，在本次合作中，富士康将注资2亿美元，用来主导拜腾汽车未来的发展。显然，对于债务缠身的拜腾而言，这一数字如果没有更多追加，则意味着拜腾基本没有翻身的可能。造车可是一个超级烧钱的行业，用蔚来汽车董事长李斌的话来说，“200亿元只是一个门槛”。

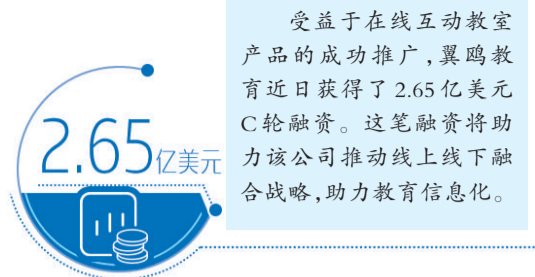
比如，特斯拉从创立到盈利，历经16年，其间几度濒临破产，而蔚来、小鹏分别烧了几百亿元，到现在都还没盈利，这就很说明问题。根据最初规划，拜腾首款量产车M-Byte本应于2019年10月正式量产，但就是因为“囊中羞涩”，无力推进，计划一再延期，才被按下暂停键。

还要看到，投资整车，富士康手上有三个选择，拜腾只是其中之一。在宣布与拜腾携手

之前，富士康的合作名单上早已有菲亚特克莱斯勒集团(FCA)和裕隆汽车集团。由此可见，此次合作能不能顺利落地，现在还无法定论。富士康和拜腾股东们的博弈，也许才刚刚开始。而结合苹果近期动作，不少业内人士甚至猜测，身为苹果“万年代工厂”富士康的真正的想法，可能是在为苹果汽车量产前积累经验，而不是真心救拜腾。

更重要的是，市场不等人。随着特斯拉等外资品牌抢占份额，国内造车新势力头部效应初显，以及比亚迪、广汽等传统车企的加速跟进，新能源汽车市场竞争更加激烈，资源和资本正逐渐向优势企业倾斜。作为弱势的后来者，本来就“只有一开闸机会”，产品交付时间越晚，机会自然就越多。在一个全球新能源汽车研发和迭代最快的市场，一款新能源汽车从产品定义算起，如果三四年都难以量产，很有可能产品还未上市，就已被市场淘汰，这绝不是危言耸听。

杨忠阳



受益于在线互动教室产品的成功推广，翼鸥教育近日获得了2.65亿美元C轮融资。这笔融资将助力该公司推动线上线下融合战略，助力教育信息化。

## 翼鸥教育致力于推广教育信息化——在线互动教室丰富教育场景

本报记者 周明阳

连日来，北京、黑龙江、大连、河北等地呈现零星散发和局部新冠肺炎疫情，学期期末日益临近，正常教学受到了影响。为确保大、中、小学顺利完成教学计划、如期进行期末考试，在线教育解决方案提供商翼鸥教育旗下在线互动教室产品ClassIn宣布与北京教育科学研究院培训中心联合成立“疫情复课技术应急中心”，为全国受疫情影响地区的中小学及国际学校免费提供线上复课支持。

翼鸥教育副总裁高寒向记者介绍，ClassIn是一款从教育场景出发构建的在线互动教室产品，产品内置多元化教学工具，如学生管理、互动电子黑板、板书共享、抢答器等，可以满足不同课堂类型和教学场景的应用需求。

目前，ClassIn在线教室已经在国内诸多学校和教育机构普及应用。比如，北京大学已在线提供3202门课程，近3000名教师在线教学，其中有82%的课程在ClassIn上授课；北京市人大附中已常态化使用ClassIn开展线上备课、远程教研、线上会议、线上家长会；重庆两江新区行远小学的老师在早读、午休时段通过ClassIn线上领读、巡课、监考，并使用资源中心的各类课件教案、活动设计和视频资源进行备课和授课。

高寒表示，疫情引发了教育界对于教学系统的审视和思考，业界达成的共识是：需要一个韧性更强的教学系统。何谓韧性更强？就是学校的教学系统能够支持各类教学场景和突发状况，并且具有很好的延展性，能够支持教学创新。

“未来教育的发展将呈现全面互联网化。虽然目前很多教育基础设施已联网，但还是局限在教室之中，并没有实现真正的互联网化。”高寒认为，未来的学校应该具备几个特点：一是老师学生随时随地上课；二是电子教学资源可以在云端存储和共享；三是家长和学校能够通过网络联系互动；四是学校与学校之间开展线上教研活动；五是通过互联网促进教育均衡发展。

受益于在线教育产品不断推广落地，翼鸥教育近日完成了2.65亿美元C轮融资，本轮融资金将用于技术的积累和研发，进一步推进OMO(线上线下融合)战略，助力教育信息化。翼鸥教育创始人、CEO宋军波表示：“教育未来将走向‘在线教室+线下教室’的融合时代。翼鸥教育在帮助学校和机构提升线上化能力后，将继续为线下教学场景的数字化提供助力。”

当前，翼鸥教育合作伙伴遍及35个国家和地区的6万所学校和机构客户，月活个人用户数超过2000万。“为疫情设计的应急教学方案未来有望成为常态。”宋军波认为，在线教育不应仅仅是疫情时期的“备份”，很可能成为未来教学的“主力”。效率更高、效果更好的线上线下融合模式已在教育界逐渐推广，此类产品和服务将有可能成为教育行业标配的基础设施。

# 宁波阿帕奇转型“吹新风”

### ——一家智能新风设备领域“隐形冠军”的成长

本报记者 郁进东 通讯员 孙勇



左图 一批赛菲壁挂新风机经过严格检查，正准备打包出厂。(资料图片)  
右图 工人们正在检查赛菲新风机零部件。丁敏敏摄(中经视觉)

将生产效率提升10倍，同时海曙区政府也联系专家给企业出谋划策，公司上下干劲十足。

## 创新之变

过滤更高效环保。于是，罗国定毅然决定“牵手”当时中国最大的空气产品制造商，打算先从代理做起，进而打造自己的品牌。

2012年，阿帕奇完善直销、店面和网络三大销售渠道，在浙江布局20多个直营店，销售额迅速突破3000万元，令浙江一跃成为仅次于北京、上海的第三大空气净化器市场。

## 自主之变

既要称职的代理商，又要建立自己的品牌。因此，阿帕奇做代理期间还主动承接了售后业务，通过“自主维保+外包安装”的方式，为日后建立自主品牌培养了一支技术过硬的骨干团队。

从做代理商到做自主品牌，难度不亚于二次创业，但罗国定还是找到了出路。2014年，他出国考察时发现，当时国内还没有一款能够集恒温、恒湿、恒洁、恒湿于一体的智能新风设备，且进口设备由于成本过高很难被市场接受。罗国定下决心在“四恒”新风设备上打开突破口。他拜访高校和科研院所，先后和上海交通大学、浙江大学以及国内外权威教授合作，并拿出500万元投入合作研发。

同年，阿帕奇智能新风设备品牌——“赛菲”正式创立。2015年，凝聚着众多科研成果的“四恒”壁挂智能新风设备下线，填补了国内市场空白，当年该产品销售额达700万元。

创新成果让企业有了奔头。截至2018年底，阿帕奇投入在智能新风系统的研发经费超过1亿元，不仅拥有陶瓷纳米催化、等离子与驻极体滤网耦合、高能电子网等200余项专利或专有技术，产品更覆盖车载、家用、商用全领域。

上市不到两年，赛菲新风净化系列产品已实现年销售2万多台，创造的业绩甚至超过总公司的传统板块，紧接着，扩产能、提效率成了当务之急。赛菲技术总监黄华告诉记者，公司一门心思搞技改、谋创新，最新引进的冲压机可以

据奥维云网数据显示，2018年以前，民用空气净化市场空间近120亿元，但随着蓝天、碧水、净土三大保卫战打响，国内环境指标逐渐趋好，从2019年开始，民用空气净化器市场逐渐萎缩，到2020年底市场规模竟不到60亿元。

近一半的市场份额“蒸发”了，阿帕奇的销售情况也受到冲击，原先全国300多家经销商，去年只剩100余家。好在公司掌握了核心专利技术，不断开发新产品并抓住了新商机。

“创业近30年，从做家电配件、取暖器到做空气净化器代理商，再到生产自主品牌的新风净化机，我们已经经历过两次转型。接下来要做的是紧盯时下市场最迫切的需求，进一步加大研发投入，进行技术改造，实现产品升级和产能升级，将目光投向全新的公共消费市场。”在公司的一个成品车间，罗国定指着一台台类似空调柜机的机器自豪地说，这就是他们的拳头产品之一，能自动进行室内空气质量监测且具有杀菌功能的智能新风净化机。

来到赛菲的生产车间，记者看到在100多米长的智能流水线上，一台台崭新的智能新风净化机正有序下线，装车后将运往杭州市余杭辖区各初高中学校。“我们中标了当地学校1个标段的新风加装工程，安装的1500台设备能为4万余名学生提供净化后的空气。”黄华说，在新冠肺炎疫情之下，空气净化产品的热度逐渐回暖。

尽管忙着赶往上海，但罗国定还是抽出时间向记者详细介绍了最新款智能新风净化机2.0版的创新之处。“产品除了进、出风口均设置杀菌消毒装置外，从瑞典引进的等离子双循环杀菌系统也已通过广州市微生物研究所检测中心认证，接下来我要去上海环境保护产品质量监督检验总站继续检测。”罗国定表示，新风系统对

## 纺织车间实现“绿色制造”



新年伊始，由恒力集团投资建设的位于江苏南通通州区开沙岛的恒力(南通)纺织新材料产业园实现了“绿色智造”。在原智能制造基础上，车间应用全自动落筒高速弹机和自动包装、检测等智能设备，与智能立体仓库、自动打包系统无缝衔接，实现了加弹车间设备自动化、智能化再升级。车间多种信息系统对智能设备进行数据采集，实现生产设备运行状态实时监控、诊断分析。

图为恒力(南通)纺织新材料产业园内的江苏恒力新材料有限公司员工正在智能示范车间检验产品。许丛军摄(中经视觉)

本版责编 李景 周颖一 张苇杭