

# 蔚来上市彰显中国车企全球格局

## 忠阳车评

无论是缘分注定，还是精心策划，蔚来汽车在5月20日这个有着特殊寓意的日子，登陆新加坡交易所挂牌交易，都是件值得关注的事。这标志着，蔚来正式成为全球首个完成美国、中国香港、新加坡三地上市的中国企业。不少人认为，这既是资本市场对中国智能电动汽车市场的看好，也是对蔚来实力的认可，更是蔚来全球化发展的新起点。

作为国内造车新势力旗手，蔚来汽车自成立以来，虽然进过“ICU”，但敢于在谷底奋起，终于迎来高光时刻。目前，蔚来不仅累计产销突破20万辆，而且成功地把自主品牌汽车价格拉升至40万元以上，成为中国汽车企业品牌高端化样本。同时，围绕着产品和服务，蔚来打开了主机厂和消费者之间单纯买卖关系的枷锁，重新定义了客户体验，对中国汽车市场产生深远影响。

与IPO上市不同，此次蔚来属于介绍上市，不发行新股，也不涉及融资，只是公司股东将本身的旧股申请挂牌买卖，但意义仍然值得深读。此前，美国证监会已将蔚来、小鹏等在内的88家中概股加入“预摘牌名单”。蔚来在新加坡上市，一方面和回港上市类似，可以增多交易地点，进一步缓释地缘政治风险，给国际投资者提供更多选择；另一方面可以

蔚来汽车正式成为全球首个完成美国、中国香港、新加坡三地上市的中国企业，这既是资本市场对中国智能电动汽车市场的看好，更是蔚来全球化发展的新起点。如果说，特斯拉的崛起带给中国的一大启示在于打破了只有大型汽车企业才能造好新能源汽车的神话，那么蔚来的三地上市，则为车企进一步全球化，推动从汽车大国迈向汽车强国，开辟了新的航线，创造了新的可能。

深化全球资本市场布局，拓宽未来海外融资渠道与平台。要看到，新加坡是重要的国际金融中心，企业选择新交所上市，不仅能够吸引更多机构投资者，也可增加全球可交易时间和流动性，更好地提升企业在资本市场话语权与品牌影响力。

对于造车新势力通过资本市场融资，民间曾有不少争议。最近有人指出，“蔚小理”只是金融模式，而不是生产模式，更不是盈利模式，很难看出“蔚小理”未来盈利的时点。这样的说法并不客观。事实上，汽车是一个资金、技术和人才密集的产业，如果仅靠企业自身积累资金，发展速度就难以跟上市场节奏，甚至会错过产业变革“窗口期”。继特斯拉之后，以蔚来为代表的造车新势力头部企业先后在美股上市，借助资本市场的力量，不仅孕育出产业变革的强大动能，而

且提升了人们对新能源汽车的整体认知，使得中国汽车产业从未像今天这样充满创新活力。

当然，也要清醒地看到，虽然当前国内造车新势力数目众多，活力迸发，但单个企业的全球竞争力仍有待提升。衡量一个企业的全球竞争力，不能只看产品销量数据，还要看其在全球市场的份额；不能只看企业新品推出速度，还要看到产品背后的全球研发布局和服务能力。

反思蔚来之所以能成为智能电动汽车赛道的黑马横空跃出，引领中国品牌实现向上突破，其背后与企业的战略眼光、产品规划和研发布局等密切相关。资本市场不仅是资金和财富聚集的场所，更是推动产业升级和企

业创新发展的重要平台。此次蔚来选择在新加坡这一亚洲重要创新中心上市，对于其强化在中国、美国、欧洲及新加坡四大智能研发中心布局，继续在电动汽车智能化、自动驾驶等领域的技术领先能力，吸引更多优秀国际人才加盟，提升企业全球竞争力具有战略意义。

汽车是一个高度全球化的产业。全球化产业需要全球化企业。蔚来在三地的上市，不仅是企业“生而全球”基因的萌发，同时也是其创始人全球格局的充分展现，更是近年来国家相关部门坚持扩大资本市场对外开放和引导企业强化创新驱动的缩影。面对智能化和电动化变革浪潮，全球汽车产业正在加快全面重塑。这对于中国汽车产业而言，无疑是千载难逢的换道超车机遇。如果说，特斯拉的崛起带给中国的一大启示在于打破了只有大型汽车企业才能造好新能源汽车的神话，那么蔚来的三地上市，则为车企进一步全球化，推动从汽车大国迈向汽车强国，开辟了新的航线，创造了新的可能。



本报记者

李景

vivo 发力全球手机高端市场——

## 竞跑技术研发长赛道

本报记者 郑杨

近日，vivo 以一系列动作显示了冲击高端手机市场的决心：接连发布首款折叠屏手机、首款平板以及搭载升级版自研芯片的手机新品；作为战略合作伙伴亮相博鳌亚洲论坛，vivo X 系列手机成为论坛官方指定手机。

vivo 去年深耕全球手机市场，取得不俗业绩，智能手机出货量为1.3亿台，海内外占比约1:1。今年以来，受新冠肺炎疫情影响，一季度智能手机市场低迷，此时选择冲击全球高端市场、争取高价值用户，于vivo而言是机遇，也是挑战。

“2022年将是智能手机具有挑战性的一年。”vivo 创始人、总裁兼首席执行官沈炜表示，vivo 确定了“技术发展+用户需求”双轮驱动发展战略，将持续发力设计、影像、系统、性能4条技术研发长赛道，全力从高端市场突围。

### 实施本地化运营

在 vivo 研发总部测试实验室，恒温恒湿箱内，手机在40摄氏度高温、95%高湿环境中经历连续运转100多个小时的测试；快速温变箱中，手机面临着从75摄氏度瞬间降到零下40摄氏度的温度变化；跌落实验室里，手机经受着多角度定向跌落、上千次随机跌落的考验；全方位的淋水及泡水，考验手机在淋雨或不小心掉入水里后是否能安然无恙……

“这些测试设备基本能够模拟我们看到的各种手机使用场景。”vivo 硬件与性能测试总经理徐明亮说，“新产品在上市之前会经历1600多个项次的可靠性测试，如果发现薄弱点，在开发阶段就要解决，尽力保证世界各地消费者在可能遇到的各种场景里，不会因为正常使用或一些不小心的行为导致产品功能失效。”

全方位打磨产品，显示出 vivo 加快全球化布局的锐意。每个国家的经济发展水平、消费能力以及文化不同，因此因地制宜打造合适的产品，制定具有针对性的本地化运营策略，是推进全球化的重要举措。“我们的全球化理念是‘More Local, More Global’（越本土，越全球）。虽然研发设计主要在中国，但研究产品需求的部门前置在各目标市场。要在海外更好实现本地化，就要充分理解当地用户的需求。”vivo 执行副总裁胡柏山说。

vivo 很早就埋下全球化梦想的种子。2014年，vivo 进入东南亚、南亚市场，开启全球化之路。之后，vivo 坚持用户导向、设计驱动、科技创新，逐步将业务拓展到大洋洲、非洲、欧洲和南美洲等地。2017年，vivo 开始在全球布局研发中心，加大5G、人工智能、影像等前沿领域的研发投入。目前，产品覆盖全球4亿多用户，服务60多个国家和地区。

在海外市场，vivo 坚持“和而不同”的经营策略，推动制造、产品、渠道、人才等本地化，通过本土管理更好地融入当地市场。2020年10月，vivo 正式进入欧洲市场，并与欧足联达成长期战略合作关系，成为欧洲杯全



vivo 手机跌落实验室内，技术人员正在对手机进行多角度定向跌落、随机跌落等试验。 本报记者 郑杨摄

球官方合作伙伴，在赛场上与球迷共享激情，扩大了品牌知名度。为了让欧洲消费者能习惯的渠道买到产品，vivo 积极与当地零售商及法国电信、意大利电信等运营商保持合作，产品市场份额不断增长。

通过吸纳本地人才资源，vivo 全球化研发布局已经覆盖北京、上海、深圳、东莞、南京、日本东京、美国圣地亚哥等国内外10个城市。7个全球智能制造中心分布于中国、印度、巴基斯坦、土耳其等国，年生产能力近2亿台。“未来，企业主要的增长空间来自海外市场，我们将逐年提升海外销售目标。”胡柏山说。

### 研发投入不设上限

研发总部项目、智慧终端总部项目、包含企业大学的培训中心项目……今年以来，尽管受疫情影响，但 vivo 建项目的步伐始终没有停下。“这些项目建设都是为了适应新的发展战略。”胡柏山说，“vivo 的技术研发人员现在约有12500人，未来企业要发展业务、拓展高端市场，研发人员规模必然会同步增长，需要提前做好准备。”

只有持续加大对技术研发的投入，才能保证企业持久的活力。为此，vivo 根据“技术发展+用户需求”双轮驱动发展战略，确定了4个长赛道。“所谓长赛道，就是未来有很大空间的长线技术赛道。”胡柏山介绍，“一是影像赛道，与单反相机相比，目前手机拍摄效果还有差距，相关技术投入要持续10年乃至20年；二是性能赛道，主要是提升游戏等场景的

应用；三是设计赛道，进一步推动外观和交互设计，满足人们对美无止境追求；四是系统赛道，应用人工智能等新技术让消费者觉得手机越来越好。”

“vivo 对研发投入不设上限。”胡柏山说，“未来，vivo 将通过持续投入，努力在4个赛道上做到行业领先，形成好口碑。”2021年初，vivo 成立中央研究院，用户创新实验室、芯片实验室、模拟网实验室、千镜安全实验室等陆续建立，逐步加大对前沿技术、基础能力的探索与投入；先后建立7个影像研发中心，提高专业影像能力。

通过持续研发，vivo 手机的技术水平正在接近单反相机。“依靠计算摄影能力，目前 vivo 手机在近距离场景下与单反相机已比较接近；在远距离和运动场景下，正不断寻求技术突破。”胡柏山告诉记者，“在影像领域，企业投入1000多人的队伍，形成了独特的优势。”

在长赛道上保持长期、持续的研发投入，并基于用户的需求对产品进行迭代，vivo 逐渐形成技术积累和沉淀，最终转化为产品优势。2021年，vivo 正式推出首款自研芯片 V1。这款历时24个月、投入超300人研发团队打造的芯片，可高速处理复杂运算，大大提升了用户的影像使用体验。搭载该芯片的 vivo X70 系列推出后，vivo 去年第三季度跻身国内4000元以上高端手机市场份额前三位。

手机是科技属性较强的行业，技术发展、用户需求这两方面我们必须时刻警惕，才能构建长期增长的核心优势”。

“创造伟大的产品”是 vivo 的梦想，vivo 正努力缩短梦想与现实之间的距离。



近日，江苏省苏州上久楷丝绸科技文化有限公司员工正在车间忙着织造。近年来，公司在传统丝绸织造技艺的基础上，研制出按照宋锦传统工艺织造的电子提花机，使宋锦走上产业化道路，同时企业还打造了宋锦主题丝绸文化产业园。 华雪根摄（中经视觉）

5月初，中国石化上海石油化工股份有限公司承建的“2.4万吨/年原丝、1.2万吨/年48K大丝束碳纤维”项目（简称“大丝束项目”）实现了复工。截至目前，首套大丝束生产线完工率接近80%。

“该项目预计2024年全部完成，总产能1.2万吨。投产后将改变我国大丝束碳纤维依赖进口、长期供不应求的局面，有力推动国产碳纤维产业发展。”上海石化发展计划部总经理张春峰介绍。

自去年1月项目开工以来，上海石化全力推进项目建设进度。但就在项目建设进入攻坚阶段时，上海出现了新冠肺炎疫情确诊病例。疫情期间，上海石化作为连续性生产企业一直保持开工生产。然而，大丝束项目由于面临生产设备运输物流受阻，进口设备通关无法完成，商品混凝土、焊接保护气、切割气等项目易耗品断供等现实困难，只能暂时停工。

虽然生产暂停，但项目建设一直蓄势待发。4月8日，上海石化决定对物资断供的部分施工项目采取“项目暂时停工，人员一定留住”的方式，腾出公司培训中心教学楼等地作为施工人员临时居住点。

随着上海市复工复产工作逐步推进，5月初，大丝束项目在具备复工复产条件后立即向全体参建者发出动员令，号召建设者们“奋战80天，建成首套大丝束生产线”，施工人员闻令而动进入工地。上海石化与相关承包商一起，对全体施工人员实行集中通勤，形成宿舍至工地“两点一线”。施工现场严格实行“网格化”管理，20人为一格，每一格配网格长，各施工单位派1名领导现场带班，业务部门每天派专人检查管理。施工现场虽然人头攒动，但人人都处于“场中有网、网中有格、格中定人、人负其责”的动态管理中。张春峰表示，项目全面复工后，公司将在确保疫情防控和安全生产的前提下，全力抢抓进度，力争将停工滞后的影响降到最低。

“封控至今，上海石化已经实施了60多天的闭环管理，3500多名核心生产人员克服困难驻厂生产，为上海能源保供稳产作出了贡献。”上海石化行政事务中心副总经理张薪迪说，3月初，上海疫情防控形势严峻，公司所在地金山区部分居民小区也因疫情原因实施了封控管理，上海石化提早预判、迅速应对，作出了部分员工驻厂值守的决定。“一大批党员干部、生产骨干响应号召，从家里出发赶到各自岗位，保障生产稳定运行。”张薪迪说。

在厂区封控期间，作为上海市汽油市场的主要供应力量，上海石化确保了稳定的原油加油量和汽油产量。同时，在完成原有合成树脂产品市场保供的前提下，根据疫情防控对核酸检测物资的需求，生产可用于核酸采样管的高档指聚乙烯产品近3000吨。即便是在疫情防控运输困难的情况下，自3月初至5月初，公司仍累计出厂柴油、航煤、燃料油等79.06万吨，出厂丁二烯、液化气、抽余油、苯等13.1万吨。由于严格实施驻厂值守，有效减少了人员流动，驻守在上海石化的3500多名员工以及3700多名运保、服务和承包商人员，在封控期间零感染。

张薪迪表示，下一步，上海石化将紧盯市场形势，统筹安排生产，继续推动大丝束项目的工程进度，并进一步开展生产设备大修工作，千方百计保证企业安全生产。同时，随着各项重大项目陆续开工，很多施工人员即将进厂，上海石化将持续做好疫情防控工作，落实专车点对点转运，并根据实际情况，规划人员流动区域，进行相对独立的管控，继续加强内部监督巡查，保持严格管理。

本版编辑 刘佳 张苇杭 美编 倪梦婷