

特斯拉离不开中国？



现在应该是特斯拉入华以来，在中国最难受的一段时间。

有这样几件事情：4月中旬，上海车展，女车主因“刹车失灵”维权；5月初，广州地下停车场，一辆特斯拉“突然加速”，撞上水泥柱导致乘客死亡；5月中旬，浙江一特斯拉连续撞倒两名交警，其中1人殉职。

这都是因为车辆质量或驾驶员操控问题，而导致的事故。在这些事件发生的同时，还有这么几个事件：女车主大闹车展后，特斯拉强硬回击，但随后央媒点名批评，特斯拉服软配合；5月上旬国家网信办出台政策，汽车数据未经允许禁止传至境外，特斯拉表示支持；乘联会公布特斯拉4月在华销量，环比暴跌67%，让海内外的分析师瞠目结舌。

这些事件之间，多多少少有一些关联。最核心的问题是，特斯拉在中国，到底怎么了？

路透社在5月11日出了一个报道，由于中美关系的不确定性，特斯拉已经暂停在上海购地扩建工厂，并且暂时搁置将上海工厂作为全球出口中心的计划。这加剧了外界对特斯拉中国处境的担忧，有一些声音开始出现：特斯拉要撤离中国了吗？

真实的情况，或许并非这么简单。

中国是特斯拉在美国之外的最大市场，在2020年为其贡献了超过1/4的销量、超过1/5的营收。从去年四季度开始，每个季度有大约三四万辆产自中国上海的特斯拉，装船出口至欧洲和日本等国家，在那些地方，特斯拉还没有自己已投产的工厂，非常依赖上海的产能。

特斯拉的销量真正爆发，包括股价开始暴涨，其实是从2019年开始的，那正是特斯拉国产Model 3开始大规模交付的时间。上海的产能、中国的市场，为特斯拉的雄图霸业添砖加瓦。

走到现在这一步，即便是被央媒批评、被政策监管、被舆论按在地上摩擦，特斯拉依然表达出支持和配合的态度。因为，至少在现在，特斯拉离不开中国。

神奇的四月暴跌
特斯拉4月份在中国的销量出来后，让海内外的分析师大跌眼镜。

根据乘联会数据，4月特斯拉中国的批发销量为25845辆，很多人拿着这个数据跟3月的35478辆做对比，得出特斯拉4月中国销量环比下跌27%的结论。

但其实这个计算方法是错误的。真实的下跌幅度，是67%。

深燃向乘联会询问确认了特斯拉中国销量的统计口径：今年4月以前，乘联会每个月公布的特斯拉在中国市场的销量，是零售数量，这个是不包含出口的，4月不仅公布了国内的零售销量，还公布了出口销量。

4月，特斯拉中国一共销售25845辆汽车，其中在国内销售只有11671辆（6264辆Model 3、5407辆Model Y），剩下的14174辆是在上海装船出口了的。3月，特斯拉在中国市场的销量是35478辆。

国内销售11671辆的数据，跟中国汽车工业信息网的数据基本吻合。后者数据显示，中国产特斯拉4月份上牌量为11949辆，3月为34714辆。

所以，4月特斯拉在中国的销量相比3月下跌了67%，Model 3和Model Y分别下跌了75%和47%，可以用暴跌来形容了。

而在另一方面，按单款车型销量来看，4月，宏光MINI的销量为26592，是Model 3的4.2倍，比亚迪汉也销售了5746辆，已经非常逼近

Model 3，超过了Model Y，理想ONE销售5539辆，超过Model Y。

4月究竟发生了什么，让特斯拉中国的销量下滑如此严重？

很多人会认为是上海车展维权风波的影响。但上海车展4月19日才开始，风波进入高潮是在4月底，对订单和交付的影响，其实要到五六月才会显现。4月很多车主下单了还要排队等提车，订单还没消化完，影响不会这么快。

也就是说，4月特斯拉的订单并不缺，那缺的是产能吗？

乘联会回复深燃称，特斯拉4月份销量和3月份销量相差较大的原因，是因为季度末和季度初的差异大，另外特斯拉4月改造产线。第一财经也报道称，上海超级工厂Model Y生产线在4月曾停产两周以升级产线设备，销量也因此而产生波动。

但特斯拉在中国销售的主力车型是Model 3，Model Y还没起量，4月销量下滑最多的也并非Model Y。

无论如何，特斯拉4月在中国市场的表现，的确是差强人意。

但特斯拉中国的出口却并没有放松。目前，特斯拉上海超级工厂生产的国产特斯拉，不仅在国内市场销售，还有一部分是用来出口的。4月有14174辆国产特斯拉出口至欧洲和日本等国家，甚至超过了在中国本土市场的销量，创下特斯拉中国出口纪录。

按照乘联会秘书长崔东树的说法，特斯拉一个季度至少出口三四万辆，一年的规模在10万辆以上。

久谦咨询合伙人杨力对深燃表示，特斯拉4月的出口数量是真实的。久谦做了数据追踪发现，特斯拉上海4月的生产量和3月比未明显下降，而4月的国内交付量下跌，是因为特斯拉选择把大部分车辆都交付到海外去了。

“我们对特斯拉国内门店的走访也显示，特斯拉的国内交付时间会变长。”杨力说。

也就是说，在上海工厂产能受限的情况下，特斯拉将更多的产能分给了海外市场，以保证出口的稳定。

中国对特斯拉有多重要？
很多人低估了中国对特斯拉的重要性。

庞大的市场需求自不用说。特斯拉的产品在全球销售，过去几年中国一直是它在美国之外的第二大市场。

早在2016年，特斯拉一年的总收入是70亿美元，中国就贡献了11亿美元，当时美国市场的收入也只有42亿美元。过去几年，特斯拉在中国的收入随着销量的增加而水涨船高。2020年，特斯拉在中国赚走了67亿美元，在全球收入中的比重提升至21%，而美国市场的收入占比降至不足50%。在今年刚过去的一季度，中国市场已经为特斯拉贡献了30亿美元收入，占到全球收入的29%。

相比之下，特斯拉很早就重点布局的欧洲市场——荷兰和挪威这两个国家，在特斯拉收入中的占比，一直就没超过10%，2019年之后，特斯拉干脆放弃在财报中单独披露它们的收入数据了。全球的重心，在不断向中国转移。

目前，特斯拉在全球建成的工厂（不含在建）只有四个，分别是弗里蒙特工厂、内华达电池工厂、纽约州布法罗工厂，以及中国的上海超级工厂。前三个都是在美国，上海工厂是特斯拉在海外的第一座超级工厂。

特斯拉2021年一季度财报显示，上海工厂现有年产能45万辆，约占特斯拉全球产能的42.86%。

也就是说，特斯拉全球产能的半条命，都在中国。

上海市政府曾是特斯拉的有力支持者，为它在中国建厂一路开绿灯。为了上海工厂的落地，在“一城不二厂”的政策规制下，当初已经开始在上海启动工厂建设的蔚来汽车，不得不放弃上海而远走合肥。特斯拉上海工厂，也成为中国第一家，也是唯一一家无需成立合资企业的外国乘用车工厂。

这座工厂从正式开建到试生产，只用了10个月的时间，比特斯拉原本预计的时间提前了大约14个月，马斯克用“震惊”来形容他在中国看到的一切。

去年3月疫情最严重的时候，特斯拉上海工厂是最早一批恢复生产的工厂，当时其美国工厂不得不大面积停工，如果不是上海工厂给力，特斯拉不可能完成2020年50万辆的生产计划。

或许大部分中国人，已经习惯了让马斯克震惊的中国速度。但当我们把视线放到其他国家，却是完全不一样的光景。

2019年11月，特斯拉宣布将在德国柏林建设首家欧洲工厂，并计划在2021年7月1日前启动生产。跟在中国的突飞猛进截然不同，柏林工厂冗长的审批程序，而屡屡停滞。

比如去年12月，德国一家法院要求特斯拉暂停对其拟建工厂所在地的森林清理工程，理由是当地环保组织担心，森林砍伐将危害地下冬眠的滑蛇和蜥蜴。

另外，特斯拉在施工过程中，需要遵守水资源保护区的技术规定，还要遵守当地的噪声防护要求，这些都需要各种临时许可。特斯拉还因为报废电池回收问题，被德国当地政府罚款1200万欧元。

这些因素都在拖慢特斯拉柏林工厂的投产速度。如今，距离其计划的投产时间已不足40天。如果柏林工厂延期，那特斯拉将不得不继续依赖上海工厂的产能。

除了需求和产能，特斯拉还需要中国庞大的车主行车数据。按照马斯克的构想，未来特斯拉一定要实现完全自动驾驶，而这需要建立在机器学习的基础之上。所以特斯拉选择了以摄像头为核心的视觉路线。这需要汽车不断收集行车数据，再利用算法来进行机器学习。

如果没有中国的数据，特斯拉的自动驾驶技术就少了一块拼图。

2021年以前，得益于中国市场的顺利，特斯拉的全球战略得以快速推进——美国工厂牢牢镇守美国本土大本营；上海工厂作为其海外扩张的成功样本，在攻占中国这个全球最重要的战略高地的同时，也向其他海外市场试探；德国工厂已经开工建设，为将来占领欧洲做准备。

但是2021年，从上海车展开始，特斯拉与中国消费者，以及相关监管机构之间的关系，出现了裂痕。

越来越多的产品质量问题被

曝出来，甚至被放大，特斯拉频频被骂上热搜，仿佛成了全民公敌。这还只是表象。监管的收紧，则让特斯拉的中国处境变得微妙起来。

3月，有消息称国内某些区域性监管机构提出，特斯拉汽车不得停放于敏感区域之内，以防车载摄像头收集数据。4月，全国信息安全标准化技术委员会发布一项草案，提出网联汽车通过摄像头、雷达采集的道路、建筑、地形、交通等数据均不得出境。然后就是5月，国家网信办出台政策，汽车数据未经允许禁止传至境外。

如何监管特斯拉，已经在监管层的工作中排上了日程。当然，这对于特斯拉和监管双方都是难题。

跟面向车主的极端傲慢截然不同，对于监管要求，特斯拉非常服帖，旗帜鲜明地表示支持，并称将在2021年于国内建成数据平台，以供车主查询车辆行驶数据。

中国市场过于重要，特斯拉不得不服软，尤其是在如今这个关键的节点。

现阶段，特斯拉不仅离不开中国市场，也离不开中国的上海工厂。

在欧洲，以大众为代表的传统车企，从去年开始就已经缓过神来，推出电动车型大力抢占市场。但特斯拉在欧洲没有已经投产的工厂，导致其市场份额下滑。

有海外分析师表示，2020年，特斯拉在18个西欧国家的销量同比下降了11%。JATO Dynamics的数据显示，在27个欧盟国家中，特斯拉的销量下降了12%，其在欧洲纯电动汽车市场上的份额为13.4%，落后于雷诺-日产联盟（18.6%）和大众集团（23.9%）。

欧洲市场对于特斯拉的全球战略非常重要。过去，特斯拉在欧洲依赖美国工厂供货，现在又靠上海工厂“输血”，以维持其在欧洲的汽车供应。

去年10月，特斯拉中国宣布启动整车出口业务，由特斯拉上海超级工厂生产的Model 3，在上海海通国际汽车码头装船，销往德国、法国、意大利、荷兰、葡萄牙、瑞士、瑞典等10余个欧洲国家，首批的数量大约是7000辆。那个个月，特斯拉只给中国本土市场留了12143辆。

按照乘联会的说法，从那个时候开始，每个月特斯拉中国大约有一万多辆国产Model 3出口。特斯拉在财报中承认：“上海超级工厂生产汽车出口的增加，有效缓解了我们的交货压力。”

既要打中国市场，又要打欧洲市场，但当前的产能却是有限而稀缺的，所以在柏林工厂正式投产以前，如何分配上海工厂的产能，就成了一道留给特斯拉的选择题。

杨力认为，4月维权事件会对特斯拉销量有影响。

根据久谦咨询去年下半年对国内1800个消费者做的访谈，电动车安全性是消费者购买的门槛条件，安全焦虑仅次于里程焦虑。

特斯拉过去的优势是安全性和技术，是行业的定义者，给消费

者的普遍印象是特斯拉的技术很好、安全可靠，在消费者心智中高于其他品牌。

但维权事件以来，和特斯拉相关的所有的安全事件都被媒体深挖，破坏了特斯拉过往的安全认知优势。

同时特斯拉消费者和其他国产品牌相比，主要客群都比较年轻，受舆论影响较大，在互联网上搜集信息的能力也比较强。因此维权事件的信息会被消费者充分感知。

空头也再一次盯上了特斯拉。电影《大空头》原型、因做空信贷而一战成名的Michael Burry，在5月17日提交的监管文件中披露，截至一季度末，“大空头”共持有80万股特斯拉的看跌期权，价值超过5亿美元。

从4月初至今，特斯拉的股价跌去了13%，相比年初最高点跌去了36%。

不要神化马斯克，不要妖魔化特斯拉

从目前的情况来看，特斯拉在中国遭遇了难题。而马斯克过去的硅谷“钢铁侠”人设，也因为炒币而逐渐崩塌。

在很长一段时间里，马斯克在中国是带着光环的。他的身上有很多标签，譬如高学历精英、科技极客、连续创业者，他造电动车，射火箭，探索外太空。

另外，他又不像很多企业家那样严肃死板。他在推特上很活跃，经常语出惊人，脑洞很大，他还通过吃四川火锅、天津煎饼果子、老北京西四B子等中国传统美食来亲近中国消费者。

这让他拥有一大批粉丝。随着去年特斯拉销量爆发，股价暴涨，马斯克的形象进一步被神化。

但自从马斯克开始公开炒币，他的形象就开始崩塌了。

先是马斯克在推特上频繁鼓吹比特币，一季度，特斯拉通过交易比特币，赚了1亿美元。而在比特币价格逼近6万美元/枚的高点，并且上涨乏力时，马斯克突然转变立场，宣布特斯拉暂停使用比特币来支付购车费用，理由是比特币挖矿会对环境造成影响。随后比特币价格暴跌。

另外还有狗狗币。这样一款被币圈很多人视为没有任何价值的“垃圾币”，在马斯克上蹿下跳的“带货”下，吸引大量散户参与炒作，在今年5个月的时间里，价格暴涨130倍。

5月下旬虚拟货币价格普遍暴跌，几十万人爆仓，其中大部分是后来追高买入的散户。虚拟货币价格被打回原形，被神化的马斯克也现出原形。

在中国市场，傲慢惯了特斯拉，当出现越来越多的质量问题，叠加大国之间微妙的博弈关系，再加上马斯克割韭菜的人设反转，因此招致骂声一片，“让特斯拉滚出中国”的声音也多了起来。一些普通的交通事故，也在舆论的添油加醋下，被升格甚至妖魔化。

但其实，马斯克还是那个马斯克，特斯拉也还是那个特斯拉。商人马斯克，自有他狡猾贪婪的一面，电动车先驱特斯拉，也自有它的先进之处。至少现在，从产品力来看，在全球范围内，特斯拉还是最领先的智能电动车，不论是在中国，还是在欧洲，依然有大量消费者排队购买。

所以，不要神化马斯克，特斯拉也不应该被妖魔化。无论特斯拉的股价如何涨跌，销量如何变化，以及它现在究竟遇到了什么困难，市场都会用脚投票。而在当下，特斯拉还离不开中国，它所面临的难题或许才刚刚开始。