

# “高富帅”特斯拉连续亏损 一季度再亏4980万美元

北京时间5月8日凌晨,美国电动车制造商特斯拉(Tesla Motors)发布2014年第一季度财报显示,该公司第一季度实现营收6.21亿美元,较去年同期的5.62亿美元增长9.5%;但净利润亏损高达4980万美元,每股亏损为40美分,较上一季度的净亏损1490万美元,亏损幅度扩大了234%,较去年同期的净利润1120万美元,净利润下滑更达到544%。

受消息影响,该公司盘后股价大幅下跌近6%。



## 一季度产量创纪录

特斯拉在财报中表示,公司第一季度生产了创纪录的7535辆Model S电动车,向客户交付了略超预期的6457辆电动车。与此同时,特斯拉正在把产品线带往欧洲和亚洲市场,以支撑不断增长的全球需求。特斯拉称,该公司正在扩大工厂产能,以在今年年底提升Model S电动车的产程,并在明年推出Model X电动车。Model X电动车的研发工作仍在进行之中,预计将会在今年第四季度推出生产设计原型。

与此同时,特斯拉开设零售店、服务中心和超级充电站(Supercharger station)的速度正在加快,并将在今年年底开始建设超级电池工厂Gigafactory。特斯拉表示,公司第一季度每周电动车产能环比提升15%,至近700辆。该公司计划在未来几个月内增加产量,以满足不断增长的市场需求。预计到今年年底,公司每周电动车产能将提升至1000辆。

据特斯拉预计,第二季度Model S电动车销量将达到7500辆,该车型2014年销量将突破3.5万辆。特斯拉称,Model S电动车第二季度的产量将达到8500辆至9000辆,较第一季度增长13%至19%。此外,公司第二季度的研发支出环比增长约30%,销售、总务和行政支出环比增长15%。该公司仍计划在2014财年中投入6.5亿美元到8.5亿美元的资本支出以提高产能。

## 连续亏损仍在继续

事实上,在2013财年第一季度实现

了10年历史上的首次季度盈利后,特斯拉便开始连续亏损。

据特斯拉此前公布财报显示,得益于Model S的良好销量,2013年第一季度该公司首次实现盈利1120万美元。不过,从当年二季度开始,特斯拉净利润便再次转盈为亏。

截至今年3月31日,特斯拉一季度净亏损为4980万美元,每股亏损为40美分,较上一季度的净亏损1490万美元,亏损幅度扩大了234%,较去年同期的净利润1120万美元,净利润下滑更达到544%。

## 身份象征备受追捧

尽管,特斯拉预计不按照美国通用会计准则,公司第二季度的毛利率将略高于第一季度,并预计到第四季度时将毛利率提高至28%的目标仍可实现。但在当日的纳斯达克常规交易中,特斯拉股价仍下跌5.93美元,报收于201.35美元,跌幅为2.86%。此外,在随后截至美国东部时间16:45(北京时间8日4:45)的盘后交易中,该公司股价继续下挫11.75美元,跌幅为5.84%,报收于189.60美元。在过去52周里,特斯拉最低股价为55.71美元,最高股价为265美元。

有业界人士分析认为,特斯拉其实不仅仅是单纯的代步工具,也是一种对高科技的追捧,更是一种身份的象征,因此,在资本市场和IT界,特斯拉均受到极大的追捧。不过,由于该公司产品仍被标签为少数富人的“玩具”,公司前景仍待考察。

据21世纪网

## 这个五一,火热还看欧凯龙

五一小长假已经过去,“假期经济”效应之下,家居商场巨头欧凯龙在3天里集中推出各种形式的优惠,又一次引发了全城置家的热潮。今年欧凯龙的活动主题为“五一大手笔,且买且珍惜”,与往年相比,欧凯龙五大商场今年的客流量、销售量都有了可喜的提高。

赵青



### 让利真材实料 火热非比寻常

五一期间,欧凯龙推出真金白银让利活动:千万豪礼凡买即送,百万现金点点就来,百位总裁签署“放价”、豪华港澳游全城放送,更有300辆山地车百分百派送等。欧凯龙相关负责人说:“让消费者得到实惠是欧凯龙一直以来坚持的促销原则,只有真正让利才能赢得‘点赞’。”

据了解,活动期间消费者购物只需满2000元就能获得重磅豪礼。在欧凯龙特设的自选超市里,1000台空调、2000台电视、5000辆山地车等礼品任选。欧凯龙的这种自选超市也是备受好评,可以随心所欲地选择更合适的产品。

欧凯龙的现金抽奖活动现场,极高的中奖率一次次点燃现场激情。此外,欧凯龙联合各建材家具品牌推出的“总裁签署”活动,也以超低价的价格获得认同。而5月1日欧凯龙的300辆山地车、100位港澳双飞游大派送的“超级夜场”活动,效果之好甚至都出乎欧凯龙活动负责人的意料。

另外,欧凯龙东区旗舰店、中原路店举办的少儿歌舞大赛、秒杀、手工伞彩绘等现场活动也精彩纷呈,吸引了众多消费者的目光。

### 品牌有口皆碑 市场反映火热

说起欧凯龙,中原消费者都耳熟能详。扎根中原17年的欧凯龙早已成为中原消费者置家的首选家居商场品牌,领跑中原家居市场。它也始终立足郑州,服务中原,努力为中原消费者提供更多更好的家居产品。

如今,对于越来越理性的消费者而言,趁五一买建材家具追求的除了实惠,更是看重服务。那么欧凯龙的“五星级服务”让消费者没有后顾之忧:欧凯龙买建材家具,30日内无理由退、换货;欧凯龙对所售建材家具负全责,实行先行赔付;欧凯龙保证全市价格最低,同城比价10倍退差;欧凯龙建材家具100%绿色环保等。

据了解,此次五一为更好地服务消费者,欧凯龙还发出了“悬赏令”:凡是活动期间在欧凯龙商场发现同款产品有高于其他商场价格的不但10倍退差,更奖2000元现金。

## 王老吉起诉加多宝索赔10亿

在“王老吉”商标仲裁案裁决两年后,白云山昨日公告与王老吉商标案相关的最新案情,公告除披露加多宝迟迟未缴商标仲裁费一事外,还透露称,王老吉已正式启动对加多宝侵权行为的索赔,索赔标的至少为10亿元,该案已获广东省高级人民法院立案受理。

针对广药方面的步步追击,加多宝回应称,2003年5月双方签订的《商标许可协议》明确载明,商标许可期限至2013年1月19日,该协议已经在商标局有效备案,据此,公司红罐凉茶不构成侵权,反而,广药在独家许可加多宝公司使用期间,又另

行许可王老吉大健康公司生产销售王老吉红罐凉茶,构成侵权,公司保留对巨额索赔的权利。

在加多宝相关发言人看来,事情已过去近两年,广药再次挑起事端,意在吸引眼球,最终起到打压加多宝的目的。公开资料显示,自广药方面自行生产王老吉凉茶以来,凉茶市场正在发生巨变,此前主要由加多宝掌控的市场,目前已经被广药方面划分了很大一块。来自白云山的公告显示,2013年王老吉已取得150亿元的市场销售。而广药在2014年,已将王老吉凉茶的销售目标提至200亿元。 南都供稿

## 三星急踩刹车 OLED阵营分化

原定今年底设立OLED电视制造新厂,或暂缓进一步投资

三星暂停OLED投资? 外媒近日报道称,韩国三星电子将取消原定年底设立OLED电视制造新厂的计划,暂缓进一步投资OLED电视。记者昨日获得运营面板业务的三星·Display的官方回答是:“有关OLED电视面板的具体投资目前还需要确认。”

而就在今年初,三星和LG作为韩系企业,还大力展示其OLED电视。相对于台湾厂的保守,日系企业的观望,两家韩国企业被视为力推OLED电视的代表。但是现在看来,三星有意踩刹车,将更多精力投向UHD超高清电视和曲面电视。OLED产业如今剩下LG与部分国产品牌继续奋力一搏。

据报道,受产能效率低以及价格竞争影响,韩国三星电子已经放弃生产下一代OLED电视显示屏的投资计划。三星目前主要关注高质量LCD电视生产,将继续研究OLED技术,但短时间内可能不会再发布任何新的OLED电视产品。三星目前在位于韩国忠清道的一家工厂小规模生产OLED面板,本计划在今年底前扩大产能,

但相关投资已经取消。据悉,电视生产成本高令面板制造面临低效困境,这成为三星放弃投资计划的主要原因。

群智咨询副总经理李亚琴表示,三星应该不是完全停止OLED产业的投资与研发,而是选择暂缓,但是不可否认,三星的策略已经有所变化。“三星的策略是试验研发,目前良品率比较低,三星要等待良品率上升才会考虑去积极扩产;相反,LG则是采取积极的策略,尽管LG的OLED良品率目前也不是很稳定,但LG仍然对外开始供货。”

相对三星的转变,LG的确是更积极。日前,面板企业LG Display在国内掀起一轮推广潮,甚至还给OLED电视发布了新中文名字“OLED有机电视”,并拉拢国产彩电企业入伙。LG Display全球市场推广总裁崔东元专务表示:“OLED电视被称为‘下一代显示技术’和‘电视中的电视’,因为它完全突破了LCD电视在画质和设计上的局限,实现了电视显示技术的革新。” 南都供稿