

造车新势力头部阵营6月交付量均破万“小哪理”竞争胶着

本报记者 陈茂利 北京报道

进入7月,造车新势力陆陆续续交付成绩单。

小鹏、哪吒、理想、零跑、蔚来1~6月累计交付车辆分别为68983辆、63131辆、60403辆、51994辆、50827辆,除蔚来以外,其他四家同比增长均超过100%,其中零跑同比增长265%、哪吒同比增长199%。

从交付成绩单来看,2022年上半年,造车新势力销量排位由“蔚小理”的格局,变成了“小哪理”,“哪”是指“哪吒”。小鹏夺得半年度销冠,哪吒强势闯入造车新势力头部

新势力座次变“小哪理”

当新能源渗透率超过20%,再把不同价位、不同细分市场的车放在一起比较不合适。

经历了1月“开门红”、2月环比大跌、3月小幅回暖、4月遭遇“至暗时刻”、5月再度回暖之后,6月造车新势力销量延续5月增长态势,小鹏、理想、蔚来、哪吒、零跑5家造车新势力单月交付量均过万,同环比均实现增长。

2022年上半年,小鹏交付成绩刷新造车新势力纪录。2022年6月总交付15295辆,同比增长133%。今年1~6月小鹏累计交付68983辆,夺得造车新势力半年度销冠。

“哪怕是和库里南比,我们也完全不怕,欢迎大家开着库里南、奔驰GLS、迈巴赫、路虎揽胜、宝马X7等顶级SUV一起来试驾。”理想创始人、CEO李想在理想L9发布会上豪言。

业内人士认为,李想之所以敢于“碰瓷”一众豪车,一方面是对理想L9产品力有信心;另一方面是理想ONE的市场表现给了李想底气。

6月,理想交付13024辆理想ONE,同比增长68.9%。1~6月累计交付60403辆。

随着供应链和整车生产的全面恢复,6月,蔚来交付新车12961辆,同比增长60.3%,创月度交付量新高。1~6月,蔚来累计交付50827辆。

今年以来,蔚来一直未能进入月度销量“前三甲”,累计销量不及小鹏、理想。对此,业内不乏蔚来

阵营,蔚来则无缘前三甲。

值得一提的是,理想是几家造车新势力中,唯一凭一款车实现多个月份销量破万的车企。

对于新的销量排位,业内有不少“蔚来掉队”的说法,对此,江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔在接受《中国经营报》记者采访时指出,“单单对比销量是不客观的,这几家车企面向的细分市场不一样。蔚来旗下车型售价在30万元以上,哪吒、零跑主销车型价格在10万元左右。我们的汽车市场是一个金字塔型的结构,高端车市场处于塔尖,中端车处于

金字塔腰部,低端车处在底部,高消费人群相对还是少的。”

此外,多家由传统车企孵化而来的新能源汽车品牌(以下简称“传统新势力”)也发布销量成绩,其中广汽埃安、吉利极氪交付量可观,跑出了新速度。

造车新势力、传统新势力和以小米、百度为代表的新晋跨界选手谁能在新能源竞赛中跑赢?企业转型专家、“汽车新四化”产业研究者、知行韬略合伙人杨继刚在接受记者采访时指出,竞争的关键是智能化。“新能源”或者‘电动化’只是前菜,‘智能化’才是正餐。”



未来车企竞争的关键是智能化,“新能源”或者“电动化”只是前菜。

陈茂利/摄影

“掉队”的声音。

不过,蔚来联合创始人、总裁秦力洪曾在谈及“座次排名”时表示,当新能源渗透率超过20%,再把不同价位、不同细分市场的车放在一起比较不合适,“我觉得这个方法论要迭代一下”。目前蔚来旗下车型均价在40万元以上,明显高于新能源汽车的平均售价。

哪吒、零跑是造车新势力阵营中闯出的两匹“黑马”,连续多个月份交付量破万。6月,哪吒交付13157辆;1~6月累计交付63131辆,同比增长199%。零跑汽车交付11259辆,同比增长185.7%,上半年累计交付51994辆,同比增长超265%。

记者关注到,虽同属新势力阵营,与“蔚小理”从高端车型切入新能源赛道,将品牌调性树立起来再逐渐下探做中低端市场的“打法”不同,哪吒、零跑选择从“小型智能汽车”入手,从低往上攻。

基于此战略,哪吒、零跑在挤入造车新势力头部阵营后,两家车企开始上攻,先后于今年5、6月份发布了新品,进军中高端市场。

作为国内最早的一批造车新势力,曾与“蔚小理”平起平坐的威马市场表现不及预期。截至目前,威马未发布6月交付情况。今年5月,威马汽车交付量为3240辆。1~5月累计交付18061辆,同比增长86.6%。

传统新势力闷声快跑

以广汽埃安、吉利极氪为代表的由传统车企孵化出来的新能源品牌2022年上半年销量增长强势。

前两年,相对蔚来、小鹏、理想等造车新势力出生自带热度,由传统车企孵化而来的新能源汽车品牌关注度相对要低一些。

不过,这种情况正在改变。就在造车新势力集中在7月1日发布销量成绩单时,以广汽埃安、吉利极氪为代表的传统新势力也发布了交付成绩单。

从广汽集团独立出来、自主新能源品牌广汽埃安在2021年超额完成年度目标后,销量再一次创新高。广汽埃安6月销量24109辆,同比增长182%。上半年累计销量100251辆,同比增长

134%,接近2021年全年销量。

记者关注到,这不是广汽埃安第一次闯进2万辆大营,自去年7月进入万辆大关后,今年3月首次月销超2万辆。据广汽集团总经理冯兴亚介绍,广汽埃安2022年的目标是翻倍增长,挑战24万辆的目标。

背靠吉利,极氪于去年4月发布旗下首款车型ZEEKR 001,到今年6月累计交付突破25000辆。其中,今年6月交付4302辆。

对此,有业内人士指出,对首款车型发布仅一年多时间,且靠一款产品打天下的极氪品

牌来说,这样的销量成绩已经不错了。

记者了解到,订单等待时间是目前极氪面临的最大的难题。极氪方面表示,“供应链端仍然有很多遗憾,比如摄像头芯片、空悬等零配件依然相当紧张,否则我们的交付速度更快。”

被华为赋能的赛力斯6月新车交付量为7658辆,同比增长524.12%,今年3~5月,赛力斯销量分别为3160辆、3439辆和5440辆。进入7月,赛力斯发布了全新车型问界M7,定位为豪华智慧大型电动SUV。

跨界造车热潮涌动

未来车企竞争的核心是智能化。在智能化这件事上,十年前,发生在智能手机行业的故事,将会在智能汽车领域上演。

虽然第一批造车新势力在新能源汽车市场上取得了一席之地,但新能源汽车市场格局并未稳定。以华为、百度、阿里、腾讯为代表的技术与互联网派,以三星、小米、索尼、OP-PO为代表的手机派纷纷跨界进入新能源汽车领域,试图在市场上分一杯羹。

6月,由百度和吉利联合创立的集度汽车正式发布其首款汽车机器人概念车ROBO-01,并宣布计划于今年秋季正式推出其首款量产车型的限定版。此外,集度还将于今年的广州车展发布其第二款量产车型的设计,2023年开始接受订单,2024年交付。据了解,集度首款量产车型定位为中等尺寸SUV,直接对标特斯拉Model Y。

与百度几乎同期宣布进军汽车行业,小米在公司第一季度财报会上披露了造车相关信息,“保持原定交付计划不变,正在全力以赴进行。”小米汽车原定的交付计划是2024年上半年正式量产。

“智能电动汽车是未来十年最宽广的发展赛道,是智能生态不可或缺的关键组成部分。”这是小米集团创始人、董事长兼首席执行官雷军对智能电动车赛道的判断。基于这样的判断,小米汽车方面宣布,计划未来十年在智能电动汽车领域投入100亿美元。

一直声称“不造车”的华为,也以别样的方式进入了汽车领域。在联手北汽新能源推出极狐阿尔法S华为HI版智能电动汽车后,7月4日,华为与赛力斯合作推出了联合设计的AITO品牌的第二款产品——问界M7。记者了解到,问界M7发布后2天,订单已超5万辆。

谈及华为和赛力斯汽车的合作,华为常务董事、终端BG CEO、智能汽车解决方案BU CEO余承东坦言,华为被制裁以后,5G业务受阻,手机业务下跌厉害,便将目光投向汽车业务。

传统车企不遗余力地转型,跨界新势力兴致勃勃地参与其

中,与此同时,主要跨国车企巨头皆将目光投向中国市场,未来的新能源汽车之战谁将获胜?

“未来车企竞争的核心是智能化。在智能化这件事上,十年前,发生在智能手机行业的故事,将会在智能汽车领域上演。车企的核心竞争力,将会体现在三个方面:一是操作系统,确切地说,是车机系统,是各家形成自己的OS操作系统,还是形成像谷歌Android与苹果iOS分庭抗礼的局面,确实不好说;二是自动驾驶和智能座舱,无独有偶,马斯克将特斯拉定位为带轮子的半感知机器人,而百度与吉利合作的集度汽车定位也是汽车机器人,自动驾驶功能与神经网络学习能力相结合;三是智能制造,就像为苹果代工的富士康,谁能‘又好又快又省钱’地造车,谁就能赢得更多的汽车生产订单。评估现有的车企竞争力,就要看其在以上三个方面的真正实力。现在只是抢位赛,淘汰赛还远未开始。”杨继刚表示。

上半年累计交付超6万辆

哪吒汽车驶入品牌向上赛道

本报记者 郭阳琛 张家振 上海报道

“这辆哪吒V售价不到8万元,作为小型SUV的空间比较大,续航里程301千米,在城市里开也够用,非常适合用作网约车。”一名网约车司机向《中国经营报》记者介绍哪吒汽车的优势。

低廉的售价,加之三六零安全科技股份有限公司(以下简称“三

六零”,601360.SH)合作赋能,也让哪吒汽车今年以来的销量表现相当亮眼。最新统计数据显,6月,哪吒汽车交付量分别为13157辆,同比增长156.1%;1~6月,累计交付约6.31万辆,同比增长199%,在今年上半年“造车新势力”销量排名中夺得亚军,仅次于小鹏汽车。

而在对外融资方面,6月26

日,哪吒汽车“金主”三六零发布公告称,其全资子公司三六零(北京)私募基金管理有限公司拟将其持有的哪吒汽车约7999.44万元注册资本(未实际出资),对应约3.352%股权转让给嘉兴鑫竹股权投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“嘉兴鑫竹”)、深圳精诚开阖企业管理中心(有限合伙)(以下简称“深圳精诚”),转让对价为0元。

源产业投资合伙企业(有限合伙)、北京华鼎新动力股权投资基金(有限合伙)和宜春市金合股权投资有限公司,背后的投资方均是地方国资公司,所持股份分别为14.03%、12.3%和9.98%。

天眼查信息显示,三六零此次股权转让的接盘方——嘉兴鑫竹和深圳精诚分别成立于2021年12月30日和今年6月20日,实际控制人郝群和王利松均为自然人。

“哪吒汽车需要让创始团队主导发展,而三六零的定位还是支持和辅助团队。”三六零方面公开解释称。哪吒汽车方面也表示,三六零此次转让部分股权目的是为了强化哪吒汽车管理团队的控制权,以便在今后的发展中可以由管理团队掌握方向。

对此,哪吒汽车联合创始人、CEO张勇在接受媒体记者采访时表示:“新的投资人将跟管理团队

对此,哪吒汽车相关负责人向记者表示:“三六零此次转让公司股份事项以公告为准。”而在此前的6月27日,哪吒汽车方面公开回应称,三六零在转让部分股权后,仍持有哪吒汽车10%以上的股份,是哪吒汽车的重要股东。“接手方”则会与管理团队形成一致行动人,有利于改善公司治理结构,提高经营团队的控制权。

形成一致行动人,投资人的投票权会给到管理团队,有利于公司的发展。”

据了解,哪吒汽车目前正在推进本轮融资的工商变更工作,并将迅速启动公司股份制改制工作。据哪吒汽车相关负责人介绍,接手此次转让股权的基金与管理团队形成一致行动人,有利于改善公司治理结构,提高经营团队的控制权,对哪吒汽车各项业务的长期可持续经营更为有利。

在业内人士看来,哪吒汽车此举或是为其运营主体公司合众新能源汽车有限公司赴港上市做准备。江西新能源科技职业学院新能源汽车技术研究院院长张翔也指出,近两年,哪吒汽车的销量增长很快,销量排名有所突破,旗下车型的价格区间分布相对比较合理。“可以说,现在是公司赴港上市的最好时机。”

探索品牌向上之路

售价7.49万元起的哪吒V和11.78万元起的哪吒U,是哪吒汽车目前的主力车型,也让哪吒汽车在中低端新能源汽车市场取得了一席之地,尤其受到网约车车主们的欢迎。

今年以来,哪吒汽车以“黑马”之姿挤进了新能源汽车销量Top3阵营。今年1~6月,哪吒汽车累计交付约6.31万辆,同比增长199%,夺得“造车新势力”2022年上半年销量亚军。

不过,哪吒汽车尚未摆脱亏损。三六零此前发布的公告显示,截至2021年底,哪吒汽车资产总额为136.9亿元,负债总额为83.28亿元,资产净额为53.62亿元。业绩方面,公司2021年实现营收57.35亿元,净利润亏损29.08亿元,较上一年度亏损扩大15.8亿元,两年合计亏损达42.2亿元。

张翔认为,哪吒汽车亏损的主要原因在于目前每年10万辆左右的交付量还难以实现规模经济效益。作为“造车新势力”,哪吒汽车投资的工厂和生产线对资金的需求量很大,每月至少要卖1万辆汽车才有机会实现盈利。

“当前,哪吒汽车依然处于亏损状态,还需要持续投入资金来支撑公司运行。”在浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林看来,“新能源汽车市场虽然火爆,但头部品牌集中态势越来越明显,缺乏技术支撑的长尾新能源汽车品牌正在失去其竞争优势。”

“哪吒汽车要想摆脱亏损困境,短期需要从销售价格方面入手,提升售价,增加销量;长期则要从技术端入手,打造技术和工艺壁

垒,通过差异化竞争来获得市场优势。”盘和林进一步说道。

哪吒汽车也已经意识到了这一点。张勇曾公开表示,2022年,哪吒汽车的关键词是“向上”,实现产品向上、品牌向上、目标市场向上。

哪吒S正肩负起哪吒汽车品牌向上的希望。6月6日,哪吒S耀世版率先启动预售,售价高达33.88万元,一举跨过了30万元的门槛。根据哪吒汽车披露的最新数据,截至6月21日,哪吒S耀世版已获得683辆订单,哪吒S·耀其他车型订单则达到4533辆。

据记者了解,哪吒S·耀作为旗舰款轿车,是哪吒汽车自研“山海平台”打造的首款产品,7月份将启动全部车型的预售工作,预计今年四季度交付上市。续航方面,哪吒S耀世版纯电版续航里程为650千米,哪吒S·耀1100增程NEDC综合续航里程达到1100千米,纯电NEDC续航里程为300千米。

“一个汽车品牌在实现从低端到高端跨越的过程中,需要解决性能品质、品牌营销、客户服务以及产业链、供应链等方面的问题。”对于哪吒汽车开启高端化探索的征程,盘和林表示,为了更好地解决上述问题,哪吒汽车需要长期的资金投入和建设方能获得用户信任,因此要脚踏实地以客户为中心打造高知名度品牌。

张翔则认为,哪吒汽车探索品牌高端化还需要改善经销商网络布局。目前,哪吒汽车在一二线城市体验店数量还比较少,但哪吒S市场定位无疑主要是面向一二线城市消费者的,因此首先需要快速扩大在这些城市的销售门店布局力度。