

# 打造百万纯电超跑 埃安谋求科创板上市

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

9月,埃安举办品牌之夜,一夜之间“发布超跑、换全新LOGO、成立高端品牌”。埃安总经理古惠南表示,埃安终于可以贴上新标,实现最初的梦想。据悉,售价超百万的埃安新超跑Hyper SSR车后标将去掉“广汽”二字,仅留下“埃安”。

## 纯电超跑引热议

一系列精准迈向高端化的操作后,埃安在市场中得到的反馈出现两极分化。

“中国人不做超跑,中国汽车工业就不可能实现真正的强大。”在埃安品牌之夜中,埃安副总经理肖勇如是说。与此同时,埃安全新高端品牌Hyper昊铂正式发布,被埃安冠以“中国第一超跑”的Hyper SSR也开启预售。

从预售价看,Hyper SSR预售价格128.5万元,Hyper SSR赛道版预售价格168.6万元。在预售价揭晓后,埃安还邀请了7位准车主上台合影留念,并逐一介绍了7位车主的身份,包括国际名媛、某公司CEO、某企业高管等。

高端品牌发布、高昂的预售价、升级的目标人群……一系列精准迈向高端化的操作后,埃安在市场中得到的反馈出现两极分化。一方因看到了国产纯电超跑的发展而满心欢喜,另一方则对纯电超跑性价比产生质疑。

正如古惠南此前表示,埃安从一诞生就伴随着争议。此次发布的纯电超跑概念车实际上是两年前北京车展亮相的影动ENPULSE,但目前已开启预售的Hyper SSR并未公开配置表,仅说明该款纯电超跑全为自主设计、自主研发、自主制造,拥有专属特制轮胎,采用低生热配方、低膨胀率设计等航空轮胎核心技术以及高铁同款900V碳化硅芯片等。

归根结底,纯电超跑的本身仍不可忽略“纯电”二字,这也就意味着电池安全、电池续航等问题将受

在经历了品牌独立、员工参股、股份制改革、A轮引战等事件后,埃安的独立姿态更为明显。在多场发布会中,埃安高层屡屡谈及与造车新势力的对比,与此同时,埃安也走向了IPO的道路,并谋求在科创板上市。

目前,埃安产能利用率已达到160%,预计10月份开始,埃安第二工厂将改造投产。《中国经营报》记

者获悉,当前,埃安尚有2个月订单待交付。尽管如此,埃安新超跑Hyper SSR将拥有专用的独立生产线,预计在2023年实现交付。

今年1-8月,埃安销量已突破15万台,根据计划,埃安今年将挑战年销30万台的目标。距离年底仅剩三个多月的时间,埃安能否完成目标仍有待观察。



埃安首款纯电超跑正式开启预售。

本报资料室/图

到关注。同时,对于跑车而言,操控性则是另一个需要注意的问题。如何做到二者兼得?广汽研究院副院长张帆表示:“目前来说,我们没办法做到1.9秒的加速同时跑500公里,这是不可能的,是违背物理原理的。我们尽量做好,通过不同的模式设定解决车主在不同使用场景下的需求。”

张帆介绍,该款超跑的电池布局采用T型电池方案做铺排。同时,广汽将不断优化电池技术和驱动技术,“希望最后的努力能让我们这个车的操控性能名副其实,达到中国第一超跑的目标。”

在发布会上,肖勇放话:“Hyper SSR的对手在500万以上。”在超跑圈层中,国外的燃油超跑一直

为国内消费者所青睐,包括外形设计、操控性能、地位象征等都为超跑目标受众所追逐。

而近年来随着汽车新四化转型的需要,包括法拉利、兰博基尼、保时捷等国外知名跑车品牌也开始做纯电动车型,比如保时捷推出的首款纯电动车Taycan、法拉利计划在2025年推出首款纯电动跑车、兰博基尼首款纯电动车计划2028年推出。

在国内,纯电超跑也早已有尝鲜者。此前,吉利汽车入股路特斯汽车后的首款超级电动跑车Evija已于2019年广州车展亮相,售价约2188万元,首年限量130台,原定于今年底交付,目前官方消息称受疫情等因素影响,将延后5个月交付。

## 高端化之路

随着广汽集团、埃安的发展,双方不断地寻求品牌向上的机会和挑战高端电动车技术的新领域。

面对国内、国外诸多竞争对手,Hyper SSR的破圈突围略显艰难。在发布会后的采访中,肖勇提出:“希望大家一起培育国产纯电超跑的客户,打破边界,先从圈层做起。基于此,埃安在发布会现场请来了国内四大超跑俱乐部的负责人,希望在国产情怀外,让国内的消费者明白中国也有顶尖的东西出来了。”

与走B端路线起家的新能源车企类似,长久以来,因AION S车型广泛被应用于B端,埃安被冠以“网约车”的身份象征。直至AION Y的面世,这一身份枷锁被打破,而此次陡然上升至超跑圈层,被市场评价:急于甩掉“土”标签,迈向高端化。

而埃安愿意顶着压力发布纯电超跑的原因或许能从张帆的一段话中看出,“每一个设计师都有一个设计跑车的梦想,像每一个人都有一个跑车梦。我们设计师为

什么想当设计师?就是看到跑车被打动,开始画画的时候都是画跑车入行的,今天是回到初心。”

随着广汽集团、埃安的发展,双方不断地寻求品牌向上的机会和挑战高端电动车技术的新领域。为了摘掉“土”标签,向高端化更进一步,埃安还与中国航天达成了技术合作。据古惠南介绍,埃安将与中国航天联合成立昊铂科研实验室。该实验室将会有实际性的推动,并展开一系列科技研发。与此同时,埃安也会将研发的新技术应用在车型中。

“接下来,我们跟航天的合作,首先是技术的合作,然后是应用端、研发端、开发端的合作与应用,包括火箭的应用和汽车的应用,以及商业的应用,比如直接给我们用户带来专用卫星的合作。”古惠南表示。

根据规划,埃安高端系列产品

未来将与现有的产品区隔,包括新LOGO将用于新产品上。肖勇表示:“现有的产品暂时还不只会马上更换新LOGO。新系列的Hyper产品首先换LOGO,代表高端系列的产品。”

此外,对于未来的规划,肖勇还表示:“我们的量要上到一定的规模,成为主流。我们的产品价值和价格区间要到主流。下一步,我们要向更高的价格区间和价值区间突破,要打25万,甚至30万的市场,跟现有埃安系列的产品要形成一定的区隔。”

在高端品牌Hyper昊铂的产品矩阵方面,除了首款纯电超跑,后续该系列还将推出30万级的轿跑Hyper GT、大五座Hyper SUV、Hyper MPV,共计四款车型,将于明年全部投入。其中,首款纯电超跑Hyper SSR预计明年10月交付。

## 冲击科创板

如何赢得科创板的上市机会,除了独立姿态、高端品牌形象、产品均价提升,埃安还需要销量、技术、获得投资者的青睐。

展望未来,广汽集团总经理冯兴亚直言“冲击世界前三”,而古惠南则提出:“有路就有埃安车”。当前,埃安一系列动作的背后离不开上市的步伐。

自员工持股计划发布后,埃安谋划上市的动作不断。在体制方面,古惠南表示:“为了改变埃安的体制,我们做了几年的准备。我们分析了很多体制的优势,我总结出埃安的体系有三个特点:国企的平台,民企的效率,合资的流程。”

基于此,埃安进行了三级体制改革,随后,埃安为上市开启了A轮引战增资,并于8月26日在广州产权交易所正式挂牌。

牌照,符合条件的投资者可于正式挂牌期间8月26日至9月23日报名参与增资,进场摘牌。本轮广汽埃安将稀释约15%的股份引入不超过70家战略投资者,增资价格不低于每注册资本13.23元,单一投资者投资金额不低于1亿元。

按照规划,埃安的目标是做新能源科创板第一股。近年来,科创板的准入门槛不断提升,在此之前,申请科创板上市的新能源车企还有威马汽车,但随后以威马汽车转战港股IPO暂告一段落。

如何赢得科创板的上市机会,除了独立姿态、高端品牌形象

、产品均价提升,埃安还需要销量、技术、获得投资者的青睐。

肖勇表示:“今年预计埃安的平均售价要达到18万,如果今年按照30万销量的挑战目标来实现的话,我们的销售收入或者产值可能要达500多亿。”今年1-8月,埃安累计销量约15.23万台,目前,距离年底仅剩三个多月的时间,按照目标,埃安仍需完成15万台的销量。

迅猛增长的销量仍需保障产能供给。这边厢表明为首款纯电超跑Hyper SSR建立专属生产线保交付,那边厢却表明仍有2个月订单待交付。埃安能否顺利冲击年销目标,仍未可知。

# 大众汽车重组 加速向“出行服务提供者”转型

本报记者 郭少丹 北京报道

“通过对技术相关的管理职能进行重组,大众汽车正在为系统性地推动公司向软件驱动型出行服务提供者转型打下坚实的基础。”9月16日,大众汽车品牌宣布董事会关键席位新任命时如是表示。

《中国经营报》记者从大众汽车品牌咨询中心了解到,管理董事会成员吴博锐(Thomas Ulbrich)将负责新成立的移动出行部门工作,以整合大众汽车品牌乘用车的电动车型及软件两大战略领域业务。曾任大众商用车研发主管的Kai Grünewald将接任吴博锐成为负责技术研发工作的董事会成员。

新移动出行部门将负责G4(MEB车型)和G3两条电动车型产

品线。其中,G3产品线的全部车型,均将基于大众汽车全新SSP平台打造。与此同时,新部门也整合了软件业务,将与集团汽车软件部门CARIDAD紧密合作。在此之前,吴博锐已进入CARIDAD的监事会,以进一步加强协作。CARIDAD将负责软件开发,大众汽车乘用车则负责整合。

公开资料显示,吴博锐毕业于德国汉堡应用技术大学汽车工程专业,1992年在沃尔夫斯堡从事工厂物流工作,由此开启职业生涯,并于1995年晋升至管理层;2014年4月~2018年1月,加入大众汽车品牌管理董事会,负责生产和物流;2018年2月~2021年1月转任负责电动化业务的管理董事会成员;自2021年2月起作为管理董事

会成员,负责技术开发工作。

大众汽车乘用车品牌CEO兼量产品牌集团业务负责人Thomas Schäfer表示,“随着新的移动出行部门的成立,我们正在将电动车型和软件两大战略领域紧密地整合,从而加速大众汽车的创新步伐。我们的目标是为客户提供一流的硬件和易用的软件,很高兴吴博锐承担起了这项任务。”

Thomas Schäfer还表示,作为首席技术官和负责电动出行的董事会成员,吴博锐为大众汽车品牌的发展确定了重要的基调。他见证了ID.3和ID.4从草图到上路的全过程,并为推广电动出行做出了卓越贡献。现在,他还将在大众汽车向数字化出行的技术转型中发挥重要影响,希望他不断取得新的成功。

另外,财务部门相关领域也将进行调整。现任大众汽车集团(俄罗斯)CFO的Patrik Andreas Mayer将接替Alexander Seitz,成为大众汽车乘用车品牌CFO。Alexander Seitz被任命为大众汽车集团南美区域执行主席。

Thomas Schäfer补充道,作为CFO,Alexander Seitz在过去两年半的时间里成功地带领大众汽车品牌抵御风浪,帮助公司稳扎根。对此我深表感谢,并祝愿他在南美市场的岗位上一切顺利。同时,欢迎Mayer这样一位具有国际管理经验的经理人接任CFO职位。他上任后将继续带领大众汽车品牌提高可持续盈利能力,进一步加强公司的财务稳健性。

据了解,拥有多年国际汽车行业管理经验的Alexander Seitz毕业

于工商管理专业,专攻信托、审计和商法,获得工商管理硕士学位后,在当时的戴姆勒-奔驰集团开始了职业生涯;1995年起在梅赛德斯-奔驰公司先后在会计、成本控制和采购等部门任职;2000年起转至美国底特律的戴姆勒-克莱斯勒公司,担任多项采购工作;2005年加入大众汽车集团,在沃尔夫斯堡负责集团层面动力总成采购等工作;2008年回到巴西,加入大众汽车巴西分公司的执行管理层;2013年被任命为上汽大众第一副总裁兼商务执行副总裁,作为合资公司联合总经理,负责管理财务、IT、采购和外派人员人力资源等工作;2017年9月1日加入了奥迪管理董事会,负责财务、IT和法务工作;2019年在董事会中负责财

务、中国区和法律事务;2020年3月1日加入大众汽车品牌董事会,并负责财务部门。

大众汽车方面表示,关于吴博锐、Grünewald和Seitz的任命将自2022年10月1日起生效。

2022年上半年,大众汽车品牌进一步强化了集团的经济效益。大众汽车半年报显示,今年上半年,未计入特殊项目支出的营业利润增长至19亿欧元,未计入特殊项目支出的营业销售回报率上升至5.6%。第二季度的强劲表现,是大众汽车品牌能够在上半年取得优秀业绩并实现5.69亿欧元净现金流的主要原因。尽管交付量同比下降,但得益于车型与定价策略的优化,大众汽车依然取得了约330亿欧元的销售收入。

# 一汽红旗首款MPV新红旗HQ9正式上市 豪华MPV市场开启新一轮争夺赛

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

继8月26日在2022成都国际车展首发亮相后,9月21日,在“凤凰网财经论坛2022”活动中,一汽红旗宣布旗下首款MPV——新红旗HQ9正式发布上市。

《中国经营报》记者从红旗品牌方面获悉,新车定位豪华中大型MPV,共推出5款车型,售价区间为35.88万元~53.88万元。

作为一台豪华中大型MPV,新红旗HQ9搭载红旗品牌全新自主研发的高效能2.0T发动机+48V轻混系统,最大功率185kW,最大扭矩380N·m,搭配8速手自一体变速器。与此同时,在智能化配置上,新红旗HQ9还搭载了红旗智联3.0系统,以及SACC高级巡航系统。在外观上,新车采用了时尚

大气的造型设计,内部采用2+2+3的7座布局。

在中国汽车市场,相较于轿车以及SUV,MPV市场虽较为小众,但随着汽车消费升级趋势的日益明显以及三孩政策的放开,MPV市场特别是豪华MPV市场热度持续走高,合资品牌和自主品牌纷纷摩拳擦掌,加码布局。

此次上市的新红旗HQ9是红旗品牌开辟更高端、更豪华的MPV细分市场的开山之作。在新品发布会上,中国一汽董事长、党委书记徐留平表示:“新红旗HQ9无疑将开创中国汽车产业高端出行的新时代,树立起全球高端MPV产品的全新标杆,成为践行新红旗‘美妙出行、美丽体验、美好生活’品牌愿景的极美出行解决方案。”

今年以来,MPV市场可用“热

闹”一词来形容,合资、自主品牌均加大了对MPV市场的投入,岚图梦想家、腾势D9等多款车型相继落地。

记者在今年8月底举办的2022成都国际车展现场也观察到,MPV品类可谓车展一大亮点,各大品牌均秀出“肌肉”,推出自己的旗舰产品。MPV市场竞争日趋激烈。

根据中国汽车工业协会9月20日发布的统计数据,2022年8月,乘用车市场依然保持较好活力,销量同比延续了快速增长势头。其中,2022年8月,在乘用车主要品种中,与上月相比,多功能乘用车(MPV)呈快速增长。乘联会此前曾预测,2022年国产MPV批售规模在102万辆~110万辆之间浮动。

当前,汽车消费升级趋势仍然

较为明显,MPV市场也迎来高端化浪潮,中高端MPV车型受到市场追捧。这是红旗品牌等车企加码对豪华MPV市场布局的逻辑所在。

记者了解到,在智能配置方面,新上市的新红旗HQ9的驾驶辅助功能提供自动泊车系统、SACC高级巡航系统、满足夜间场景的AEB自动紧急制动系统、360度全景影像等。在车身尺寸方面,新红旗HQ9长宽高分别为5222/2055/1892mm,轴距为3200mm,能够提供较为充裕的车内空间。

据悉,新红旗HQ9以远超国家标准2021版C-NCAP五星安全的设计标准创新打造。“坚甲”车身,超高强钢与高强钢整体运用比例高达68%;HQ9搭载发动机主动降噪,结合百余项独创降噪技术,实现同级领先的静谧水平;同级首创整车级

智慧OTA,支持5大智能服务领域的功能升级与性能提升,能够做到常用常新。

根据中国汽车工业协会7月22日发布的统计数据,2022年上半年,销量排名前十位的MPV品牌依次是五菱宏光、别克GL8、赛那、传祺M8、菱智、奥德赛、传祺M6、艾力绅、五菱凯捷和五菱佳辰。

记者注意到,新红旗HQ9上市之后的主要竞争对手有别克GL8、丰田赛那、岚图梦想家、腾势D9等中高端MPV车型。

可以看到,豪华MPV市场的新一轮争夺赛已经开启。新红旗HQ9能否在豪华中大型MPV市场的角逐中成为“后发先至”的代表,尚需时间检验。

“为用户创造价值,是红旗品牌的不懈追求。过去4年多时间,

新红旗以臻美技术、极美产品、至美服务,创造了销量增长63倍的产业奇迹,更收获了超过70万名用户的信赖与支持。”徐留平表示,未来在跃迁发展之路上,红旗品牌也将始终和广大合作伙伴和衷共济,在战略上真诚合作,在技术上紧密协同,在管理上相互赋能,在利益上共创共享,在挑战面前,守望相助、共同成长。

“红旗品牌致力于绿色环保、环境友好和可持续发展,全身心投入汽车产业新能源智能转型,努力构建人、车、社会和谐发展的全新生态。”徐留平表示,“红旗品牌积极在全球范围内配置资源、优化布局,搭建强现代产业链和供应链,不论环境如何变幻,始终致力于构建强大的全球经济连接,持续为人类命运共同体注入正能量”。