

造车新势力格局变局：从三足鼎立到群雄并起

本报记者 陈燕南 童海华 北京报道

目前,新能源汽车的竞争进入到了更为胶着的状态。

在乘联会公布的2022年8月新能源厂商销量排行榜中,造车新势力重新进行了洗牌。此前位于“第二梯队”的哪吒、零跑本月超越了原本一直处于“第一梯队”的蔚来、小鹏、理想,夺下冠军宝座。

与此同时,多家传统车企的新能源品牌销量则超过了造车新势力。其中,比亚迪以17.40万辆的成绩远超一众竞争对手;特斯拉凭借7.70万辆的交付量夺得第二宝座;上汽通用五菱单月销售5.26万辆,位列销量榜第三。值得注意的是,广汽埃安、奇瑞汽车也在暗自发力,8月分别以同比132.3%和289.5%的增长速度进入了前十,赛力斯则凭借旗下问界车型首度实现月销过万辆。

深度科技研究院院长张孝荣向《中国经营报》记者表示,新能源汽车已经形成了新的发展格局,特斯拉和比亚迪领跑,传统车企跟进,曾经的造车新势力目前处于明显的劣势地位。原因在于该行业属于资金密集、技术密集、人才密集和资源密集的长跑型行业,新势力掌握的资源已经不能支持它们走得更远,“蔚小理”作为曾经的“造车三巨头”或许即将成为一个历史符号。

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则对记者表示,对新能源车企业的发展来说,其实最重要的评判标准还是销量,销量扩大了之后,市场占有率高,品牌知名度就高。同时,还要看车企手中资金的多寡,资金越多则能够支撑得越久。

值得关注的是,继“蔚小理”成功上市之后,造车新势力或将迎来第四家上市车企。目前,零跑汽车已通过上市聆讯,预计9月29日在港交所挂牌。与此同时,刚刚完成混改的广汽埃安也在推进上市进展。另外,智己汽车、岚图汽车、阿维塔科技等传统车企旗下的新兴新能源品牌也发布了关于融资以及预增资的相关消息。

第二梯队反超第一梯队

哪吒、零跑发迹于中低端市场,当“蔚小理”们仍在鏖战中高端之际,哪吒与零跑切入了厮杀并不激烈却空间最为广阔的低端下沉市场。

此前,蔚来、小鹏和理想在造车新势力的阵营中具备较强的先发优势,被称为造车新势力的三巨头,并且其所带来的创新的互联网营销理念引领着中国新能源汽车市场的发展。作为老牌大哥的蔚来在2018年就已经实现全年销量破万辆的纪录;而小鹏凭借着智能化优势以9.8万辆的销量数据拿下造车新势力中2021年度销量冠军宝座;理想汽车则以一款解决现阶段消费者痛点的增程式汽车赢得了市场的拥簇。蔚来有用户,小鹏有技术,理想有产品,一时之间,造车新势力形成了三足鼎立的局面。

但是今年以来,这种局面正在被打破,造车新势力第二梯队多次超越第一梯队,不断刷新新能源汽车的销量排名,在今年8月一举超越了曾经的“造车三巨头”。

2022年以来,哪吒汽车保持不错的增长势头,在8月夺得造车新势力的头筹。有关数据显示,哪吒汽车8月销量16017辆,同比增长142%,1~8月累计销量达到93185辆,月均销量1.16万

辆。而排在第二位的零跑汽车也在8月凭借12525辆的月销成绩,实现了同比180%的增幅。今年1~8月份,零跑汽车累计交付76563辆。

今年8月,“蔚小理”的销量在造车新势力中则位列三四五名。有关数据显示,8月,蔚来汽车交付量为10677辆,同比增长82%,1~8月累计交付7.16万辆,同比增长28.3%;小鹏汽车8月交付量达9578辆,同比增长33%,1~8月累计交付9.01万辆,同比增长96%。理想汽车1~8月累计交付7.56万辆,但8月只交付4571辆,同比大幅下降52%。

张翔对记者表示,哪吒以及零跑汽车在销量上超过“蔚小理”也很正常,因为它们的价格定位在10万元左右,市场容量较大。汽车市场呈现金字塔形状,价格越高的车型市场容量反而越小。

据了解,哪吒、零跑发迹于中低端市场,当“蔚小理”们仍在鏖战中高端之际,哪吒与零跑切入了厮杀并不激烈却空间最为广阔的低端下沉市场,为产品贴上性

价比的标签,靠走量取胜。例如哪吒的热销车型哪吒V,起售价5.99万元,定位小型SUV,造型动感时尚,去年卖出了近5万辆。零跑的精品小车T03,顶配不到8万元。而蔚来、理想等车型的价格定位则在30万元左右。

事实上,哪吒、零跑的销量爆发也离不开A0级以及A级市场的增长。根据乘联会数据,2022年上半年,新能源汽车A0级市场销量21.7万辆,同比暴增324.9%,占比9.6%;A级市场销量75.4万辆,同比增长201.9%,占比33.5%。

有分析认为,虽然从销量上来看,造车新势力第一、第二梯队的销量有所变化,但在用户心智、品牌形象、技术研发等多维度,“蔚小理”仍然更为领先。

以研发投入为例,2021年,蔚来、小鹏、理想的研发费用就分别达到45.9亿元、41.14亿元和32.9亿元。2022年“蔚小理”还在持续增加研发投入。有关数据显示,今年第二季度,由于加大L9和自研项目的投入,理想的研发费用达到了15.3亿元,同比增长134.4%。蔚来在2022年第二季度



新能源汽车的竞争进入到了更为焦灼的状态。

本报资料室/图

的研发费用为1.495亿元,同比增长143.2%,环比增长22.0%。小鹏汽车2022年二季度研发投入达到12.65亿元,同比增长46.5%,环比增长3.6%。

不过与此同时,“蔚小理”也在扩大亏损。今年第二季度,蔚来汽车净亏损达到了27.575亿元,同比扩大369.6%,环比扩大54.7%;小鹏净亏损与蔚来基本持平,达27亿元,同比增长126%;理想二季度的净亏损为6.410亿元,

同比增加172.2%。张翔对记者表示,新能源汽车赛道虽然现在很热门,但真正能够实现盈利是很困难的。目前能够实现盈利的只有特斯拉和比亚迪两家,其他发展新能源的企业大部分处于亏损的状态。

即使面临盈利难题,但是在蔚来董事长李斌看来,在研发上的投入有助于长期竞争力。“蔚来不会因为外部竞争更改自己的战略和节奏。”李斌表示。

传统车企“新二代”密集融资

新旧势力的“交锋”成为实打实的比拼碰撞,曾经泾渭分明的界限开始模糊。

不过,市场不会等待造车新势力。目前,传统车企已经正式宣战。广汽集团总经理冯兴亚在年报发布会上给旗下品牌埃安定下了一个小目标:把现在的‘蔚小理’,改成‘埃小蔚’。

张翔对记者表示,传统车企在新能源方面已经开始发力,传统车企一般都是和经销商合作进行汽车销售,可以充分地利用原有的销售网络来卖车,所以销售成本会较低。而造车新势力资金比较短缺,营销成本比较高。与

此同时,传统车企在资金以及技术上也略有优势。目前,传统车企已经成为造车新势力强劲的竞争对手。

除此之外,传统车企集团所培育的“新二代”(负责新能源车业务的子公司)迎来新一轮融资潮并积极进行改革。9月,广汽埃安宣布完成股份制改革,正式更名为“广汽埃安新能源汽车股份有限公司”,并引入战略协同董事。之后,东风集团打造的高端新能源汽车品

牌——岚图汽车增资项目信息在上海联合产权交易所正式对外披露。项目信息显示,核心旨在优化岚图汽车股权结构,加速国有企业体制机制改革进程。增资后,岚图将所获战略投资用于公司核心技术研发、数字化体系建设、生产能力建设及营销投入等。除前述两家公司外,背靠上汽集团、长安汽车的智己汽车,由长安汽车、华为、宁德时代三方联合打造的智能电动汽车公司阿维塔科技在今年也均

有融资。

有分析称,新旧势力的“交锋”成为实打实的比拼碰撞,曾经泾渭分明的界限开始模糊。传统车企引入外部资本,除了带来丰厚资本外,更重要的是可以对传统车企进行内部革新,以新能源领域为突破口,补齐传统车企的发展短板;通过引进外资、独立运营,也可以摆脱资本考核和决策传导等问题,加速项目发展。在市场竞争愈演愈烈的情况

之下,原有的造车新势力也不再满足于眼下的市场容量,或品牌向上推出高价车型,或向下布局走量产品线,蔚来ES7、蔚来ET5、理想L9、小鹏G9、哪吒S等各类车型也在今年密集发布。

德勤发布的报告指出,未来两年,中国新能源汽车产业将从政策驱动转变为高度市场驱动,到2030年,中国新能源汽车产销量将达到1700万辆,但同时市场也会进入洗牌阶段,六七成企业将被淘汰出局。

毫末张凯:渐进式路线将在智能驾驶竞赛中赢得终局

本报记者 陈茂利 北京报道

“毫末智行一直以来,都在坚定地走渐进式发展路线。在自动驾驶3.0时代,辅助驾驶是通向自动驾驶的必由之路。”毫末智行(以下简称“毫末”)董事长张凯以《毫末1000天:新周期 新征程》为题,向《中国经营报》等媒体记者分享了毫末在过去三年多成功穿越创业公司生死线的制胜秘笈,以及毫末城市NOH的最新进展。

“目前中国已成为全球智能汽车主战场,预计到2025年,高级别辅助驾驶搭载率将超过70%。智能驾驶这一巨大的时代风口之下,‘数据是驱动自动驾驶成熟的核心要义,渐进式路线是数据积累的最佳路径’越来越被行业所公认,成为自动驾驶公司的普遍发展方向。”张凯表示。

毫末成立于2019年11月,前身是长城汽车智能驾驶前瞻分部,是一家致力于自动驾驶的人工智能技术公司。截至目前,毫末已推出三代乘用车辅助驾驶产品HPilot,两年6次OTA升级,实现搭载超过十款乘用车型量产落地,包括魏牌摩卡、魏牌拿铁、魏牌玛奇朵、坦克300、坦克500、哈弗神兽等。目前正在陆续交付中的车型有摩卡DHT-PHEV激光雷达版、欧拉闪电猫、欧拉芭蕾猫、全新一代长城炮等。

坚持“渐进式”技术路线

在演讲中,张凯多次提到毫末在自动驾驶上坚持“渐进式”路线。

目前,在自动驾驶领域,存在“渐进式”和“跃进式”的两种技术路线。以Waymo为代表的企业坚持的是“跃进式”技术路线,其策略是通过激光雷达技术路线直接跨越到L4/L5级自动驾驶,以技术改变行业。在国内,百度是“跃进式”技术路线的代表企业。

“以前大家认为无人驾驶离我

打好智能驾驶城市市场场景战

2022年,自动驾驶产业正在进入规模化商业落地的下半场,城市场景的高级别辅助驾驶成为市场争夺的新焦点。有不少企业宣布将在年内推出城市领航辅助驾驶功能。

8月,长城汽车方面透露,魏牌搭载大规模量产城市NOH车型摩卡DHT-PHEV激光雷达版计划9月量产,年内发售。9月中旬,小鹏汽车发布消息,小鹏城市NGP开始试点,将陆续推送给广州部分小鹏P5用户。

推动末端物流自动配送落地

自动驾驶应用并不仅限于乘用车,末端物流自动配送车成为自动驾驶应用的重要场景之一。今年,在政策、技术、市场等多方面因素助推下,解决“最后一公里”的物流配送难题的“自动配送车”正在迎来规模化爆发。

在今年4月举行的第五届HAA-OMO AI DAY上,毫末发布了首款10万元级别的末端物流自动配送车

产品——“毫末小魔驼2.0”,打响了2022年末端物流自动配送车规模之战的第一枪。时隔5个月后,毫末宣布“毫末小魔驼2.0”已下线交付,进一步推动末端物流自动配送规模化落地再提速。

据张凯介绍,小魔驼2.0是业内首款面向商用市场的10万元级末端物流自动配送车,具备L4级自动驾驶、远程驾驶、低成本部署、

车辆管理平台、远程监控平台、订单管理平台、微信小程序七大核心功能。

在末端物流自动配送领域,毫末已处在市场领跑者位置。目前,毫末已经与阿里达摩院、物美多点、美团等行业头部客户达成深度合作关系,为上述企业提供无人配送车生产、量产以及技术服务。

张凯表示,“我们选择‘渐进式’技术路线,是因为自动驾驶技术迭代快,低成本收集数据,训练算法迭

代技术,最终做到L4/L5。毫末智行是“渐进式”路线的拥趸。“我们认为,拥有足够多在用户真实使用场景中获取的车辆行驶数据的渐进式路线,会成为推动人类实现自动驾驶的最佳路径。”张凯表示。

为什么选择“渐进式”技术路线?张凯分析称,“首先,相对跃进式路线,渐进式更容易获得足够数量的数据,量产时间更早,能

够更早地形成规模化;其次,渐进式路线是从用户真实使用场景中,获得的高质量数据,相对跃进式定向采集数据方式而言,成本更低、质量更高。”此外,张凯指出,“结合我们总结的自动驾驶产品能力曲线来看,数据规模、数据获取成本、数据质量直接和自动驾驶产品能力提升速度正相关,大规模从用户真实场景中获取高质量的量产数据,已成为自动驾驶走向成熟的核心要义。”

为了更进一步推动末端物流自动配送事业的快速规模化,张凯透露,毫末还在本年度全面升级了末端物流自动配送车生产基地,升级后的生产车间占地1万平方米,可实现年产1万台自动配送车的产能目标。“我们希望小魔驼2.0的推出,能够进一步加速末端物流自动配送车规模化商用的行业进程。”

“我们认为,自动驾驶的商业化进程,遵循‘从低速到高速,从载物到载人,从商用到民用’的‘自动驾驶三定律’。其中低速、载物、商用的无人驾驶产品有更强的商用属性和数据获取空间,会最早被商业化。(所以)毫末早早便聚焦这一领域,立志成为‘全球低速车生态平台的助力者’。”毫末方面表示。