

车企发布10月销量 锚定四季度销量目标

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

近期,第五届中国进口博览会正式举办,在汽车展馆内,约90%的展车均是新能源汽车,新能源汽车已成为当前行业发展焦点,包括比亚迪、广汽埃安、赛力斯等新能源车企均在10月斩获不俗业绩。

迈步第四季度,各大车企发力冲击年度销量目标,比亚迪今年累计销量已超140万台,完成今年销量目标;广汽埃安今年累计销量也

新能源车热度依旧

中国新能源汽车产销量连续7年世界第一。借助新能源赛道,中国汽车产业正实现“换道超车”。

10月,比亚迪新能源乘用车销量再创新高,达21.75万台(含出口9529台),同比增长144.7%,其中DM车型销量11.44万台,EV车型销量10.32万台。截至10月31日,比亚迪新能源累计销量已超290万台。

数据显示,中国新能源汽车产销量连续7年世界第一。借助新能源赛道,中国汽车产业正实现“换道超车”。比亚迪已出口日本、荷兰、泰国等多个国家。值得一提的是,比亚迪近期已正式公布筹谋已久的高端汽车品牌,并命名为仰望。

而比亚迪持股90%的另一高端新能源品牌腾势首款量产车型D9已于10月下旬正式下线并开启交付。在目前开幕的2022年“互联网之光”博览会上,维沃(vivo)移动通信有限公司与腾势联手打造的新能源车,实现“数字车钥匙”技术,同时,vivo还将首发新一代手机汽车互联系统,展示手机与车机跨平台系统接力技术。

此外,广汽集团方面,10月汽车产销双双突破20万台,其中新能源车产销分别为3.72万台、3.36万台,同比增长166.5%、135.2%。今年1~10月汽车累计产销分别为206.74万台、203.75万台,同比分别增长26.4%、20.8%,其中新能源车累计产

已突破20万台,顺利完成年内销量目标;广汽丰田今年累计销量已超84万台,距离年销百万目标也十分接近。

与此同时,市场也出现了新的形势,合资车企在“金九银十”业绩不尽如人意,实现年销目标仍有一段距离。此外,“蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车”三家造车新势力被后来者追上,尤其小鹏汽车已进行“专精特新”ABS融资,增强资本信心,但具体效果仍有待观望。

销分别为24.28万台、23.85万台,同比增长132.2%、125.5%。

同时,广汽集团频频布局产业链,这背后是产业链对车企健康持续发展起到的重要影响。在最近举办的第12届中国汽车论坛上,长安汽车董事长朱华荣也表示,“缺芯、贵电”致长安汽车在今年损失60.6万台汽车产能。同时也使汽车成本上升。长安汽车电池成本暴涨导致其单车成本增加5000元到3.5万元。

针对电池成本过高,朱华荣建议国家开展反暴利行动,打击个别企业原材料囤货炒作,拯救新能源汽车健康可持续发展。同时加强政策引导,优化上游原材料资源配置。

最新数据显示,长安汽车10月汽车总销量约22万辆,同比增加11.13%,其中自主品牌新能源销量3.65万台,同比增加234.40%。今年1~10月,长安汽车累计销量约191万台,同比减少1.5%,但自主品牌新能源销量约19.29万台,同比增加133.25%。

长安汽车总会计师张德勇在今年长安汽车三季度业绩会上介绍,长安汽车四季度的工作重点是保交付,向生产新车82.5万台、销售新车79.1万台的目标发起冲锋。

造车新势力竞争加剧

经历此前股价下跌、交付量连续下降、创始人回购股份等情况,小鹏汽车开始“自救”。

新能源汽车销量突飞猛进,造车新势力出现新的局面,凭借传统车企产业链优势或强大的软件供应商优势,广汽埃安、问界汽车等车企销量正稳步提升,就10月销量而言,上述两家车企已超越蔚来汽车、小鹏汽车、理想汽车。

广汽集团旗下自主新能源品牌广汽埃安10月产销分别为3.27万台、3万台,同比分别增长177.5%、149.2%;1~10月累计产销分别为21.51万台、21.24万台,同比分别增长139.5%、134.4%。其中,AION S系列销量达1.45万台、AION Y销量达1.26万台。为提升纯电车保值率,近期广汽埃安还推出AION S PLUS车型2年旧车8折换购AION新车。

此外,广汽埃安参股的合创汽车10月底再获增资,注册资本增至31亿元。同时,合创A06首台量产车已于11月初在杭州正

式下线,合创A06即将进入上市交付期。

而赛力斯方面,10月新能源汽车销量1.56万台,同比增长213.44%;1~10月新能源汽车累计销量10.68万台,同比增长247.73%。尤其问界汽车“后来者居上”,10月,问界汽车交付量约1.2万台,环比增长18.5%,今年问界汽车累计交付量已突破5万台。

11月初,华为开发者大会2022在东莞召开,让车成为数字世界新入口的鸿蒙座舱成为焦点,问界全系列车型宣布将于明年第一季度升级HarmonyOS 3。与此同时,市场消息称,阿维塔11也将于年内进入华为旗舰店。官方数据显示,阿维塔首批用户锁单已超5000台。

在广汽埃安、问界汽车等车企业绩上涨的同时,小鹏汽车10月交付量再次下降至5101台,环



问界汽车今年累计交付量已突破5万台。

比减少39.8%,同比减少49.7%,其中小鹏G9已于10月开启交付623台。

经历此前股价下跌、交付量连续下降、创始人回购股份等情况,小鹏汽车开始“自救”。近日,小鹏汽车宣布成功发行“国君-申

港-小鹏融资租赁第1期绿色资产支持专项计划(碳中和)(专精特新)”,这是上海证券交易所首单“专精特新”ABS融资,也是小鹏汽车首次亮相上海证券交易所,标志着小鹏汽车建立起沪深两大交易所的直接融资渠道。

终同意其申请破产。

另一日系合资车企东风日产10月终端销量约8.61万台,1~10月累计终端销量约79万台。其中,专注新能源的启辰10月终端销量约1.04万台,同比增长3.9%;1~10月累计终端销量8.29万台,同比增长36.1%。

从具体车型来看,轩逸组合仍是东风日产的畅销产品,10月终端销量4.05万台,环比增长12.7%;1~10月终端累计销量达36.65万台。此外,天籁10月终端销量1.21万台,1~10月累计终端销量13.12万台,同比增长3%。逍客10月销量达1.49万台,1~10月累计销量13.23万台。

合资车企“两极分化”

相较广汽丰田、广汽本田,广汽集团另外两家合资车企表现却不尽如人意。

“金九银十”合资车企销量出现两极分化,尽管受到芯片供应等因素影响,广汽集团旗下两大日系合资车企表现仍可圈可点。

广汽丰田10月产量8.52万台,同比增长39.1%;1~10月累计产量84.36万台,同比增长32.8%。在销量方面,广汽丰田10月销量达8.08万台,同比增长32.46%;1~10月累计销量84.56万台,同比增长31.21%。根据规划,广汽丰田今年将挑战年销百万,按目前的销量情况,该目标有望达成。

广汽本田则奋力追赶年度目标,10月产量7.7万台,同比增长3.95%;1~10月累计产量65.49万台

台,同比增长8.22%。销量方面,广汽本田稍显逊色,10月销量6.36万台,同比减少15.69%,1~10月累计销量63.65万台,同比微增1.98%。

在广汽集团10月畅销车型中,仍以广汽丰田、广汽本田产品居多。其中,雅阁系列凭借2.15万台销量稳居第一,凯美瑞系列以1.97万台位居第二,雷凌系列销量1.57万台,皓影系列销量1.42万台,威兰达系列销量约1万台。

相较广汽丰田、广汽本田,广汽集团另外两家合资车企表现却不尽如人意。广汽三菱10月产销分别为1973台、3711台,同比分别减少74.42%、110.80%,资不抵债,广汽集团最

终同意其申请破产。

另一日系合资车企东风日产10月终端销量约8.61万台,1~10月累计终端销量约79万台。其中,专注新能源的启辰10月终端销量约1.04万台,同比增长3.9%;1~10月累计终端销量8.29万台,同比增长36.1%。

从具体车型来看,轩逸组合仍是东风日产的畅销产品,10月终端销量4.05万台,环比增长12.7%;1~10月终端累计销量达36.65万台。此外,天籁10月终端销量1.21万台,1~10月累计终端销量13.12万台,同比增长3%。逍客10月销量达1.49万台,1~10月累计销量13.23万台。

广汽菲克申请破产重整:广州工厂已改造 清仓国产车型

降价求售的国产菲克

本报记者 黄琳 赵毅
深圳报道

11月初,广汽菲亚特克莱斯勒汽车有限公司(以下简称“广汽菲克”)终止经营活动有了新进展。继今年7月广汽菲克两大股东广汽集团、Stellantis集团齐宣布终止经营广汽菲克后,广汽菲克已正式向湖南省长沙市中级人民法院申请破产重整。

《中国经营报》记者走访广汽菲克位于广州的工厂发现,原广汽菲克广州工厂已升级改造为广汽埃安第二智造中心,并已于10月份正式投产下线AION Y Plus。除了工厂被取缔,广汽菲克也开始清仓国产车型,目前广汽菲克在广东省内仅剩不到10家4S店。

记者走访广汽菲克珠海华德店看到,包括新指南者、自由光、角斗士等车型仍在店内销售。正值“双十一”活动期间,广汽菲克3台现款车型售价均有所降低,例如自由光售价直降6万元(仅限1台)、指南者售价直降3.5万元(仅限2台),售完即止。

此外,店内除部分广汽菲克国内工厂生产现货车型,其余均为Jeep进口车型。根据此前规划,Stellantis集团将专注于在国内分销Jeep品牌的进口汽车,尤其是产品电气化阵容。在“新四化”浪潮下,广汽菲克破产重整将驶向何方,仍有待观察。

挣扎中转型节能赛道

面对销量腰斩、资金紧张等困局,广汽菲克当然也尝试过“自救”。2019年,广汽菲克发布了大指挥官PHEV车型,这也是Jeep品牌针对中国市场和消费者打造的首款插电式混合动力车型。随后Jeep品牌又推出了插电混动车型牧马人4xe车型,在坚守越野性能的基础上,百公里油耗仅2.4升、纯电续航达55公里。

而在2021年成都车展上,广汽菲克又发布了Jeep品牌大指挥官e插电式混合动力车型,扩大电气化产品阵容。彼时,广汽菲克新上任

直降3.5万元出售,仅限2台现货;指导价22.28万元的自由光直降6万元出售,仅限1台现货。

销售人员告诉记者:“广汽菲克已停产,店内存货卖完即止,以后只卖进口的Jeep车型。”但销售还向记者表示,店内仍将出售牧马人、角斗士等车型,且均为进口车型,售价在50.99万元~55.99万元,落地价在60万元左右,价格不菲,但仍受到部分越野车和大型SUV爱好者青睐。

对于振兴广汽菲克,穆安泽表

回溯广汽菲克的发展历程,2010年,广汽集团与意大利菲亚特集团以50:50的股权比例成立了广汽菲亚特。2014年,菲亚特集团收购克莱斯勒集团,成立菲亚特克莱斯勒集团,克莱斯勒旗下Jeep(吉普)品牌同样被纳入菲亚特克莱斯勒汽车公司,彼时,Jeep品牌已在越野车市场、大型SUV市场赢得良好口碑。

随后广汽集团、菲亚特集团、克莱斯勒集团三方宣布扩大合资公司的合作协议,广汽菲亚特在

2015年正式将Jeep品牌国产化,广汽菲亚特也正式变更为如今的广汽菲克。随后的2016、2017年,广汽菲克年销量分别斩获14.64万台、20.52万台,站上销量巅峰时刻,这其中Jeep品牌车型销量占比超过80%,功不可没。得益于此,同时期,广汽菲克年收入分别约为240.54亿元、315.01亿元,实现扭亏为盈。

但高光时刻并没有维持多久,广汽菲克的发展转折点已悄然而

至。2018年开始,广汽菲克销量出现大幅下滑,2018年~2021年,广汽菲克销量分别为12.4万台、7.3万台、4.05万台、2.01万台,同比分别减少约37%、40%、45%、50%。广汽集团2021年报指出,广汽菲克当年产能利用率仅4.97%。

在汽车“新四化”浪潮袭来之际,广汽菲克固守耗油量大的大型SUV燃油车型逐渐偏离主流市场发展方向,广汽菲克再度陷入资金困境。

遗憾的是,尽管资金不断补足、产品迭代更新,但广汽菲克已错失最佳转型良机,消费市场开始追逐紧凑型SUV、纯电车型,且对广汽菲克的认知仍旧停滞不前,广汽菲克无可避免地走向了破产重整。

亿元,用于广汽菲克的产品焕新和市场营销,在此之前,广汽菲克另获得了来自股东方的10亿元注资。

此外,在2021年9月,经过Stellantis集团与广汽集团双方股东的讨论,广汽菲克将专注于在长沙工厂生产,以提升产能利用率,降低企业运维成本。

遗憾的是,尽管资金不断补足、产品迭代更新,但广汽菲克已错失最佳转型良机,消费市场开始追逐紧凑型SUV、纯电车型,且对广汽菲克的认知仍旧停滞不前,广汽菲克无可避免地走向了破产重整。

最终宣告申请破产重整

进入2022年,广汽菲克的破产按下加速键。1月,Stellantis集团宣布,计划将其与广汽集团合资公司广汽菲克中的持股比例由50%提升至75%。根据股权比例,广汽集团持有广汽菲克50%股权,换言之,Stellantis集团欲收购广汽集团持有的广汽菲克25%股权。但对此,广汽集团表示,其从Stellantis集团官方网站获悉关于广汽菲克股权调整事宜。

3月,Stellantis集团再次提及上述事宜。随后的7月,广汽集团宣

示第一关注点是盈利,优化并保持精益化成本结构。其次是推行“One Jeep”计划。该计划旨在将Jeep的进口车和国产车融为一体,在国内以统一的形象面对消费者。再次是加快产品焕新,贴合市场变化的节奏,匹配国内消费者需求。

设想很丰满,但现实却更残酷。产品刚步入转型,广汽菲克股东之一的菲亚特克莱斯勒集团再度迎来变革。2021年,标致雪铁龙集团与菲亚特克莱斯勒集团的合并交易正式完成,双方合并成全新集团“Stellantis”,Stellantis集团随

即成为广汽菲克另一大股东,直接或间接持有广汽菲克50%股权。

在“新四化”浪潮之下,Stellantis集团同样想追赶上大势,在2021年成都车展上,穆安泽曾表示:

“Stellantis集团在此前的EV Day发布的活动上宣布,Stellantis集团未来会全面地开展电气化战略,这个全面的战略当中也包含了Jeep品牌的电气化。”

为帮助广汽菲克转型,作为股

东的Stellantis集团、广汽集团一齐上阵。2021年8月,Stellantis集团、广汽集团双方共向广汽菲克注资30

件大事。10月,广汽菲克在广州市番禺区的生产线正式被广汽集团旗下自主新能源品牌广汽埃安完全接管,摇身变为“埃安第二智造工厂”,专注于生产AION Y Plus车型。

记者从广汽埃安内部人士处了解到,部分广汽菲克员工已入职广汽埃安,无法继续使用的广汽菲克设备也有序得到处理。

近年来,广汽集团旗下各子公司开始走向“简而精”的路线,专注于销售市场热销的3~5款车型,集中精力走新能源转型道路,包括广汽丰田、广汽本田、广汽三菱均已推出面向国内市场的纯电车型,如广汽丰田的bZ4X、广汽本田的e:N1极版1、广汽三菱的阿图柯等。

在国内汽车迈步“新四化”时代之际,合资车企在燃油时代的辉煌已逝,广汽三菱今年累计销量也仅约3.05万台,同比减少40.49%,如何恢复生机、不被淘汰,生产匹配国内消费市场的产品是当前国内合资车企需要正视的问题。