

广汽集团应变新能源汽车赛道

本报记者 黄琳 赵毅 深圳报道

2022年,在“双碳”目标、汽车“新五化”等新要素影响下,汽车市场迎来新的发展方向,各大车企加速转型新能源赛道。以广汽集团为例,根据规划,“十四五”期间,广汽集团计划投入850亿元~1000亿元,强化新能源“三电”核心技术研发和产业化。力争“十四五”期末,挑战汽车产销350万辆,营收超

扩大智能网联、新能源布局

为扩大智能网联、新能源布局,广汽集团以广汽智能网联新能源汽车产业园为中心,智能新能源汽车为抓手,增加对智能网联、新能源技术的投入。

日前,《广州市加快先进制造业项目投资建设的若干政策措施》正式发布,明确聚焦广州市“十四五”规划重点产业链,以智能网联与新能源汽车、现代高端装备等产业链为重点,投资建产业带动性强、技术水平先进、绿色低碳的先进制造业项目,打造具有国际竞争力的现代产业体系。

为了扩大智能网联、新能源布局,广汽集团以广汽智能网联新能源汽车产业园为中心,智能新能源汽车为抓手,通过混动、插电、纯电动、氢能源等多种技术路线,增加对智能网联、新能源技术的投入。

在2022广汽科技日上,广汽集团推出了超能铁锂电池技术,相比当前市面上量产的磷酸铁锂电池,电芯质量能量密度提升13.5%,体积能量密度提升20%,-20℃低温容量提升约10%,成本优化3%~5%。

此外,广汽集团还发布了钕浪混动模块化架构下的高效零碳氢混系统,尤其是由氢内燃机与广汽机电耦合系统GMC组成的钕浪一氢混动系统,百公里氢耗低于0.84kg,热效率有望达到44%,实现了氢能源技术的突破。

迈入智能网联下半场竞争,软件定义汽车的概念成为新焦点。为提升软件开发效率和质量,广汽

6000亿元。其中,自主品牌智能网联新能源汽车年产销超35万辆,占比超20%。

迈入智能网联竞争下半场,广汽集团投资多个本土智能驾驶关联企业,并于2022广汽科技日上发布了诸多智能化新技术。同时,广汽集团持续调整旗下各子公司经营方式,尤其新能源自主品牌广汽埃安已实施员工持股计划,并进行股份制改革、完成A轮融资增



2022年,广汽集团推出了超能铁锂电池技术、钕浪-氢混动系统等多项新能源技术,扩大新能源布局。 本报资料室/图

集团基于星灵架构进一步自主研发了行业首创的面向全车跨域的标准操作系统——广汽普赛OS,而星灵电子电气架构将在2023年二季度正式量产。

同时,广汽集团迭代ADiGO智驾互联生态系统,ADiGO SPACE智能座舱技术已于近期再度升级,ADiGO PILOT智能驾驶也升级红外探测技术等。通过自研与合作双路线,广汽集团同步开展无人驾驶的研究。

广汽集团旗下如祺出行是自动驾驶运营落地平台,今年以来,如祺出行推出国内自动驾驶行业首个真正全开放的Robotaxi运营科技平台,开启有人驾驶网约车与自动驾驶Robotaxi混合运营、发布自主研发的全国首个开放式Robotaxi运营监管平台和Robotaxi车

管管理系统等。

此外,随着汽车产业链“缺芯”、原材料价格上涨等情况接踵而至,车企开始有意识地提升供应链风险管理。自今年年初,广汽埃安电池试制线正式开建,广汽集团对动力电池供应链的把控力度逐步加大,先后成立多家子公司,亲自下场造电池,并稳步拓展国产化芯片供应链,积极灵活“应变”新能源赛道。

调整子公司经营策略

在“双子星”战略的推动下,广汽集团举集团之力发展旗下广汽埃安、广汽传祺两大自主品牌。

新能源汽车的快速发展让车企纷纷扩充纯电动车型、节能环保车型矩阵,广汽集团也不例外,旗下各子公司陆续推出广汽埃安AION Y PLUS、广汽传祺影酷、广汽丰田bZ4X、广汽本田e:NP1极湃1等多款车型,并收获不俗的销量成绩。

广汽集团11月产销快报显示,1~11月,广汽集团销售汽车222.78万辆,同比增长16.6%。其中,新能源汽车累计销量约27.22万辆,同比增长120.4%。广汽集团旗下广汽埃安1~11月销售汽车241149辆,同比增长128.2%;广汽传祺1~11月销售汽车324566辆,同比增长11.1%。

在“双子星”战略的推动下,广汽集团举集团之力发展旗下广汽埃安、广汽传祺两大自主品牌。今年年初,专注智能电动汽车的广汽埃安已完成产能扩建,并于10月投产第二智能工厂。同时,广汽埃安加速资本层面布局。自达成员工持股计划后,广汽埃安今年完成

长期建设规划,以及重点供应商的招商引资工作。

面对动力电池原材料价格上涨、“缺芯”等新局面,车企对供应链的管理逐步加强。近期,广州市举办了2022年第四季度重大项目开工暨增芯项目动工仪式,增芯项目计划投资70亿元,将建设月加工2万片12英寸的晶圆制造产线,项目于今年12月开工,2024年上半年通线,2025年年底满产。

为强化芯片供应体系,广汽集团提出国产芯片替代方案,并投资粤芯半导体、地平线等国产芯片企业。广汽集团总经理冯兴亚此前表示,面对“缺芯”,广汽集团于危机中育新机,推进零部件B点的建设以及产业链就近化、本地化建设的工作。同时,广汽集团还积极谋划、推动广东省、广州市供应链中

加强供应链管理

面对“缺芯”,广汽集团于危机中育新机,推进零部件B点的建设以及产业链就近化、本地化建设的工作。

面对动力电池原材料价格上涨、“缺芯”等新局面,车企对供应链的管理逐步加强。近期,广州市举办了2022年第四季度重大项目开工暨增芯项目动工仪式,增芯项目计划投资70亿元,将建设月加工2万片12英寸的晶圆制造产线,项目于今年12月开工,2024年上半年通线,2025年年底满产。

为强化芯片供应体系,广汽集团提出国产芯片替代方案,并投资粤芯半导体、地平线等国产芯片企业。广汽集团总经理冯兴亚此前表示,面对“缺芯”,广汽集团于危机中育新机,推进零部件B点的建设以及产业链就近化、本地化建设的工作。同时,广汽集团还积极谋划、推动广东省、广州市供应链中

长期建设规划,以及重点供应商的招商引资工作。

面对动力电池原材料价格上涨、“缺芯”等新局面,车企对供应链的管理逐步加强。近期,广州市举办了2022年第四季度重大项目开工暨增芯项目动工仪式,增芯项目计划投资70亿元,将建设月加工2万片12英寸的晶圆制造产线,项目于今年12月开工,2024年上半年通线,2025年年底满产。

为强化芯片供应体系,广汽集团提出国产芯片替代方案,并投资粤芯半导体、地平线等国产芯片企业。广汽集团总经理冯兴亚此前表示,面对“缺芯”,广汽集团于危机中育新机,推进零部件B点的建设以及产业链就近化、本地化建设的工作。同时,广汽集团还积极谋划、推动广东省、广州市供应链中

长期建设规划,以及重点供应商的招商引资工作。

面对动力电池原材料价格上涨、“缺芯”等新局面,车企对供应链的管理逐步加强。近期,广州市举办了2022年第四季度重大项目开工暨增芯项目动工仪式,增芯项目计划投资70亿元,将建设月加工2万片12英寸的晶圆制造产线,项目于今年12月开工,2024年上半年通线,2025年年底满产。

为强化芯片供应体系,广汽集团提出国产芯片替代方案,并投资粤芯半导体、地平线等国产芯片企业。广汽集团总经理冯兴亚此前表示,面对“缺芯”,广汽集团于危机中育新机,推进零部件B点的建设以及产业链就近化、本地化建设的工作。同时,广汽集团还积极谋划、推动广东省、广州市供应链中

股份制改革,同时A轮融资募得超180亿元,并成功引进53名战略投资者。根据规划,广汽埃安将争取在2023年谋求科创板上市。

此外,在新能源汽车市场迈入高端品牌战略的同时,广汽埃安也推出高端品牌Hyper昊铂,并已发布第一款量产车型Hyper SSR。预计2023年,Hyper昊铂品牌将投入三款新车,包括30万元级别的轿跑GT、大五座SUV以及MPV,共完成4款高端品牌新车市场投放。记者了解到,Hyper GT即将于今年广州车展亮相,并预计设立全新独立销售渠道。

广汽传祺方面则于今年正式吹响了二次创业、向新能源科技企业转型的冲锋号,聚焦混动或插混产品。步入四季度,广汽传祺迎来钕浪混动产品扎堆上市,包括影豹混动版、新一代M8宗师系列已于12月下旬投产第二智能工厂。同时,广汽传祺新车型A79手绘图也已露出。

目前,车企对人事的调整也在

悄然进行,包括广汽埃安、广汽传祺等车企均进行了内部人事调动。记者从广汽传祺内部人士了解到,原广汽乘用车副总经理兼广汽传祺销售有限公司总经理李勇已赴任广汽商贸,而接任其职务的则是广汽丰田副总经理黄永强。

在汽车市场新格局之下,广汽丰田的业绩在广汽集团一众合资品牌中尤为突出。今年1~11月,广汽丰田汽车销量约为93.08万辆,同比增长27.6%。11月,广汽集团车型销量排名中,广汽丰田共有三款销量破万。日前,广汽丰田新能源汽车产能扩建项目二期已正式投产,助力2022年销量百万的目标。

另一销量主力军广汽本田仍在加速恢复生产销售,前11月销量约68.34万辆,并着手发布全新缤智等新车。根据广汽集团“两优一专”战略,广汽丰田、广汽本田走向“两优”,广汽三菱则走向“一专”,而广汽菲克则步入破产重整,有序终止。

蔚来攻守道:谋定体系竞争力 国内国际“加速跑”

本报记者 夏治斌 石英婧 上海报道

“今年前11个月,蔚来累计交付超过了10万辆,虽然我们并不是今年唯一一个年度交付超10万辆的造车新势力,但是我个人还是很感慨,在全球最卷的中国汽车市场里,均价40多万元的高端品牌,年度交付累计超过了10万辆,我们还是觉得有一点小小的成就感。”

12月12日,在2022蔚来媒体对面上,蔚来联合创始人、总裁秦力洪向《中国经营报》等媒体记者如是说道。他也直言:“当然我们不知道在里面能站多久,但是至少在这一轮的比赛

抢滩高端电动赛道

“我觉得我们和BBA(奔驰、宝马、奥迪)正面的‘缠斗’已经开始了。事实上,我们蔚来车型在华东和东南一带的经济发达城市超越BBA的不在少数。”秦力洪说道。

记者注意到,在2022年11月40万元以上高端电动车销量排行榜中,蔚来的销量为9167辆,占有率为77.6%,位列排行榜第一名。具体来看,蔚来ES7、ET7、ES8、EC6的销量分别是4651辆、3445辆、583辆、488辆。

秦力洪表示:“蔚来的两个7(ES7和ET7)在11月的产销虽然不是100%,但还比较风调雨顺。当产能和销售相匹配的时候,差不多就是这么一个局面,4000多辆和3000多辆,占据的位置还是比较高的。”

秦力洪也指出,虽然国内高端电动车的市场渗透率还可以提高1倍甚至2倍,但蔚来除了与市场共同进退外,在竞争上能做的事情已经没那么多了。“所以我们要在中档主流市场插入一个品牌,这是我

中,我觉得蔚来还是交了一份及格答卷。”

就在秦力洪与国内媒体交流的当天,在蔚来第二先进制造基地内,蔚来第30万辆量产车迎线下线。这也意味着,从2018年5月到2022年12月,蔚来用时4年又7个月达成30万辆量产下线,其中,第三个10万辆下线用时7个多月。

记者注意到,今年蔚来第二代技术平台NT2三款新车型ET7、ES7和ET5实现交付,且交付量稳步上升。除此之外,2023年上半年,蔚来还计划推出五款车型。

在维持销量在行业第一阵

营的同时,成立8年有余的蔚来还在多个领域主动出击,自研芯片、布局手机业务等都是蔚来拓展疆域的领域,无不展现出蔚来的平衡术。

值得一提的是,秦力洪现场也透露了一个细节,他与李斌在2014年8月聊蔚来这个创业项目时,李斌曾打开自己做的excel表。“换电站的成本、电费,平均每个站几点、几个人看守;十年以后用成本是什么样,包括牛屋多少平方米、多少人员、人均工资多少,他(李斌)已经算完了。”秦力洪直言,“今天回过头来把那个excel表拿出来评价一下,方向上80%都在做。”

重新定义用户体验

“战略、商业模式和核心能力,这是我们的初心。”秦力洪指出,蔚来给自己出的长期题目是在四个方面重新定义用户体验:“第一个是车;第二个是服务,指的是全生命周期的服务;第三个是数字化的体验;第四个是超越汽车的生活方式。”

在媒体面对面活动当天,秦力洪展示了一个有关2022蔚来体系竞争力的PPT。最里面的圈层是蔚来的三大初心内容;中间的圈层从四个方面重新定义用户体验;最外面的圈层便是应用层,包括智能、能源、手机、用户社区等多个方面。

秦力洪以智能系统来给上述PPT作比喻:“内圈是底层的芯片和架构级别的,中圈是系统软件级别的,外圈是应用级别的。应用级别这几年在实践中不断调整,有的是增补,有的是试验性的。每年会有一些微调,但是大体就在这儿。”

国内国外双腿走路

在全球化布局上,四季度蔚来在德国、荷兰、丹麦、瑞典四国市场提供全体系服务,并开启了订阅服务和买断模式。同时,蔚来计划在新加坡设立人工智能与自动驾驶研发中心,在柏林建立创新中心。到2025年,蔚来将为超过25个国家和地区的用户提供服务。

“蔚来今年比较大规模地进入欧洲,进入方式不是找经销商卖车,而是要将公司体系竞争力这套搬到欧洲,车也只是其中的一部分。”秦力洪说道,“我们还是要非



蔚来联合创始人、总裁秦力洪解码2022蔚来体系竞争力。 本报资料室/图

整合;全体系复制和落地到欧洲;开启订阅模式;谋划和筹备新的汽车品牌;开始考虑围绕车的新的产品和品类。

从资本市场拓展来看,今年上半年蔚来先后在香港、新加坡挂牌交易,成为全球首家三地上市的车企。秦力洪表示:“我们已经拿到了三张资本市场的门票,这为我们下一步的发展提供了可能性。”

记者注意到,在研发费用上,蔚来今年三季度研发投入总投入29.4亿元,创单季新高。“一个季度30亿元的研发投入是体量和交付量比我们大多多倍的公司干的事。在蔚来这个体量里面,基本上我觉得就算尽力了。这一点也要和前面结合起来看。没有拿到三张资

常稳、非常慢地做这些事。”

本市场的门票,可能你也不太敢这么干。”

谈及外界关注的亏损问题,秦力洪也直言:“蔚来虽然是一个亏损公司,但是我们亏的是研发,而研发是为了博取明天的可能性。我们一直把它看成是学费,家里到底要不要省孩子的学费,不同的家庭有不同的看法。咱们家是不省的,该怎么就怎么样。”

对于经常被友商模仿和学习,秦力洪认为:“大家都愿意来观察,愿意来跟着做,我个人觉得是个好事。说明我们想的是对的。你投那么多钱,做那么多事,天下没有第二家做也不太好。我们唯一的方法就是自己坚定快跑,方向不要摇摆,动作要快。”

人,你们之间可以做多少生意,这两个是有先后顺序的。”

“我觉得得要真正地从品牌、产品、服务、社区以及本地人对我们的态度着手,先把基础打好。我们认为,在汽车这个领域,中国的车辆到欧洲,对于我们来说是仰攻。”秦力洪说道,“我们不要成为在欧洲的外来者和另类,我们要融入当地主流的消费市场、主流的观念,在此之中争取越来越多的人认同我们、选择我们。像涟漪一样一圈一圈荡开,而不是抱块大石头砸个浪花就跑。”